

Technická univerzita v Liberci

**FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A
PEDAGOGICKÁ**

Katedra: Katedra tělesné výchovy
Studijní program: Ekonomika a management
Studijní obor: Management sportovní

**ANALÝZA SÁŇKÁŘSKÉHO SPORTU
V ČESKÉ REPUBLICE**

**ANALYSIS OF LUGE SPORT IN THE
CZECH REPUBLIC**

Bakalářská práce: 13-FP-KTV-485

Autor:
Matěj KVÍČALA

Podpis:

Vedoucí práce: Mgr. Klára KUPROVÁ

Konzultant:

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
65	-	19	9	17	2

V Liberci dne: 20. 4. 2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Matěj Kvíčala**
Osobní číslo: **P10000208**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management sportovní**
Název tématu: **Analýza sáňkařského sportu v České republice**
Zadávající katedra: **Katedra tělesné výchovy**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem bakalářské práce bude popsání profesionálního sáňkařského sportu, jeho způsobu financování a nezbytné náležitosti patřící k tomuto sportu. Téma bude specializováno na tréninkové potřeby, finanční požadavky s následným marketingovým doporučením pro sáňkařský sport. Vypracovaná SWOT analýza upozorní na přednosti a rezervy sáňkařského sportu.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

ČÁSLAVOVÁ, E., 2009. Management a marketing sportu. 1. vyd. Praha: Olympia. 228 s. ISBN 978-80-7376-150-9.

DĚDKOVÁ, J. a HONZÁKOVÁ, I., 2009. Základy marketingu. 4. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci. 176 s. ISBN 978-80-7372-514-3.

DOVALIL, J., 2005. Výkon a trénink ve sportu. 2. vyd. Praha: Olympia. 331 s. ISBN 80-7033-928-4.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Klára Pochobradská

Katedra tělesné výchovy

Datum zadání bakalářské práce: **25. dubna 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **27. dubna 2013**



doc. RNDr. Miroslav Brzezina, CSc.

děkan

L.S.



PaedDr. Jindřich Martinec
vedoucí katedry

V Liberci dne 25. dubna 2012

Čestné prohlášení

Název práce: Analýza sáňkařského sportu v České republice
Jméno a příjmení autora: Matěj Kvíčala
Osobní číslo: P10000208

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo.

Prohlašuji, že má bakalářská práce je ve smyslu autorského zákona výhradně mým autorským dílem.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval/a samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Prohlašuji, že jsem do informačního systému STAG vložil/a elektronickou verzi mé bakalářské práce, která je identická s tištěnou verzí předkládanou k obhajobě a uvedl/a jsem všechny systémem požadované informace pravdivě.

V Liberci dne: 20. 4. 2013

Matěj Kvíčala

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych poděkoval Mgr. Kláře Kuprové, která mi byla po celou dobu zpracování bakalářské práce oporou a která mi umožnila dovést tuto práci kvalitativně i kvantitativně do zdárného konce. Také bych rád poděkoval všem, kteří mi se sáňkováním pomohli začít a setrvat v něm do dnešního dne. Zejména bych ovšem rád poděkoval svým rodičům za péči a lásku a tedy i pomoc v životním rozjezdu a nasbíráním cenných zkušeností. Nakonec bych také rád poděkoval Mgr. Adéle Trnkové za všechnu pomoc a čas věnovaný pro tuto práci.

ANOTACE

Tato práce je vytvořená k podpoře českého sáňkování. Díky převaze „velkých“ sportů, jako například fotbal, které jsou mnohanásobně populárnější a těší se vyšší příznivosti u lidí, se prakticky velmi málo dostává podpory a financí do „malých“ sportů, jakož je třeba sáňkování. Díky této nízké podpoře je sáňkářský sport momentálně v recesi, což může být příčinou malé zainteresovanosti ze strany veřejnosti. Ovšem i tak jsou saně dodnes olympijskou disciplínou. Bylo by tedy dobré tomuto zajímavému sportu pomoci a dostat ho tak do lepší situace a podvědomí v České Republice.

Klíčová slova: saně, ČMSA, sport.

SUMMARY

This bachelor's thesis was created to support the Czech luge sport. Due to smaller attractiveness in comparison with the sports such as football, which are more popular, luge is less promoted and financially supported than the others.

As result, luge is at the present in recession, which might be the reason of smaller public interest. However luge still remains a discipline of Olympic Games.

Therefore it would be accurate to support this interesting sport and improve its position in public awareness in the Czech Republic.

Keywords: luge, ČMSA, sport.

Obsah

Úvod	11
1 Hlavní cíl a dílčí úkoly práce	12
1.1 Hlavní cíl.....	12
1.2 Dílčí úkoly.....	12
2 Historie sáňkování	13
2.1 Novodobá mezinárodní historie (21. století).....	13
2.2 Historie českého sáňkování.....	14
3 Charakteristika sáňkařského sportu	16
3.1 Základní pravidla	16
3.2 Parametry dráhy	16
3.3 Umělé a přírodní dráhy	17
3.4 Led na přírodních drahách	18
3.5 Dosažené rychlosti v sáňkování	18
3.6 Závodní disciplíny a kategorie	18
3.7 Saně	19
3.8 Ocelové skluznice	21
3.9 Dovažování	22
3.10 Kontroly	23
3.11 Speciální oblečení	23
4 Trénink sáňkaře	25
6.1 Sportovní výkon a trénink	25
6.2 Trénink a příprava sáňkaře.....	26
7 Podpora sportu	27
7.1 Podpora sportu v ČR	27
7.2 Financování sportu v ČR.....	28

7.3	Financování sportu v zemích EU	30
8	Založení občanského sdružení.....	32
9	Marketing pro neziskové organizace	34
9.1	Neziskový sektor	34
9.2	Typy neziskových organizací.....	34
9.3	Marketing a prodej	35
9.4	Potřeba marketingu	35
9.5	Zákazník	36
9.6	Marketingová orientace a image	37
9.7	Marketingový plán	38
9.8	Strategický plán.....	38
9.9	Přístupy k marketingu ve sportu	40
10	Českomoravská sánkařská asociace.....	41
10.1	Hospodaření asociace.....	42
10.2	Náklady a výnosy celkem	42
10.3	Hospodaření v roce 2012	44
10.4	Porovnání údajů v rámci roků	47
10.5	Náklady na zajištění seniorské reprezentace.....	51
10.6	SWOT analýza svazu	51
11	Tělovýchovná jednota saně Smržovka	53
11.1	Výnosy v roce 2012	54
11.2	Náklady v roce 2012	56
11.3	SWOT analýza TJ saně Smržovka.....	57
12	Doporučení a návrhy pro sánkařský sport.....	59
13	Závěr	60
14	Seznam literatury	61
15	Seznam příloh.....	63

Seznam použitých zkratek

ADV	Antidopingový výbor
ČMSA	Českomoravská sáňkařská asociace
ČOV	Český olympijský výbor
ČR	Česká Republika
ČSTV	Český svaz tělesné výchovy
FIBT	Mezinárodní svaz bobů
FIL	Mezinárodní sáňkařská federace
IRO	Mezinárodní pravidla pro sáňkařský sport
MO	Ministerstvo obrany
MOV	Mezinárodní olympijský výbor
MV	Ministerstvo vnitra
PHM	Pohonné hmoty
TJ	Tělovýchovná jednota

Úvod

Téma této bakalářské práce o sáňkování jsem si vybral díky tomu, že mi je velmi blízké. V prostředí sáňkařského sportu se pohybuji od svých 7 let, a tudíž mě tento sport provází téměř celý život. Ve svých 14 letech jsem byl zařazen do juniorské reprezentace České republiky. Díky tomuto sportu jsem navštívil mnoho různých míst a zákoutí, kde se nalézají sáňkařské dráhy, a získal tak lepší představu o zainteresovaných lidech. Právě proto bych se rád v této práci zabýval problémy a aktuální situací sáňkařského sportu v České republice.

Sáňkování patří mezi „menší“ sporty a je zastíněno těmi „velkými“. Prozatím neexistují v České Republice žádné podobné práce na toto téma, tudíž mě napadlo pomoci tomuto sportu k jeho pochopení ze strany veřejnosti. Ve většině této práce naleznete spíše mé osobní poznatky, které jsem nabyl vlastní sportovní činnosti.

Sáňkování mi vždy přišlo atraktivní. I sport samotný byl pro mě vždy spojen s velmi silným procítěním, které si člověk pamatuje po celý život. Proto jsem se tedy rozhodl zpracovat téma sáňkování v České republice. Momentální situace v sáňkařském sportu je velmi kritická, tudíž doufám, že tato práce bude k jejímu prospěchu a kladnější budoucnosti a popularitě.

Úvodní část se bude zabývat stručnou historií sportu, po které bude následovat charakteristika saní a sáňkování. V kapitole nazvané Podpora sportu se bude projednávat hospodaření v rámci České Republiky a Evropské unie. Také bude zařazena kapitola o marketingu neziskových organizací.

Praktická část se bude věnovat Českomoravské sáňkařské asociaci a jejímu hospodaření s finančními prostředky. Výsledkem bude celková SWOT analýza. Jakožto stěžejní klub je zde také popsán TJ saně Smržovka.

V závěru práce budou obsažena možná doporučení jak zlepšit nynější stav českého sáňkování.

1 Hlavní cíl a dílčí úkoly práce

1.1 Hlavní cíl

Zjištění a shrnutí stavu českého sáňkování, zpracování finančních nákladů a výnosů k provozování sportu. Následné vypracování návrhu na zlepšení.

1.2 Dílčí úkoly

- Zjištění a popis potřeb sáňkařského sportu.
- Analýza momentálního stavu v sáňkování.
- Vytvoření celkové SWOT analýzy.

2 Historie sáňkování

Historie sáňkařského sportu sahá do Klostersu ve Švýcarsku, kde se uskutečnily první sáňkařské závody na přírodní dráze. V roce 1883 byly uspořádány první závody na saních za účasti Švýcarů, Angličanů, Norů, Švédů, Němců, Holanďanů, ale i závodníků z Ameriky a Austrálie. Téhož roku vzniká také Toboggaging Club, neboli první sdružení vyznavačů sáňkařského sportu. V roce 1927 byla založena „Internationaler Schlittensportverband“, neboli mezinárodní sáňkařská federace. Zakládající členové byli Německý, Rakouský, a Československý svaz saní. Roku 1935 se "Internationaler Schlittensportverband" a "International Bobsleigh Federation", tedy svaz saní a svaz bobů sloučily pod název "International Bobsleigh Federation". V roce 1954 Mezinárodní olympijský výbor rozhodl nahradit skeleton na olympijských hrách saněmi. První mezinárodní mistrovství světa se uskutečnilo v roce 1955 na oficiální dráze v norském Oslu. Zúčastnili se závodníci z osmi zemí. První mistři světa byli: v ženách Karla Kienzl z Rakouska, v mužích Anton Salvensen Norska a dvojice Hans Krausner a Josef Thaler z Rakouska. Novodobá mezinárodní sáňkařská federace (FIL-Fédération Internationale de Luge de Course) vznikla v roce 1957 ve Švýcarském Davosu. Byla delegována 13 národy. Olympijským sportem jsou saně od roku 1964, kdy byly začleněny do programu Olympijských her. Poprvé se startovalo v Innsbrucku v Rakousku. První světový pohár v přírodním sáňkování se konal v Rakouském Inzigu. Od roku 1982 také existuje juniorské mistrovství světa konané pravidelně každý rok. Mezinárodní pravidla IRO pro tento sport jsou inovována postupně a udržují se od roku 2000 (FIL 2013).

2.1 Novodobá mezinárodní historie (21. století)

V této kapitole bylo čerpáno z webových stránek FIL (2013). V roce 2001 na 49. Kongresu o sáňkování prezident Josef Fendt charakterizoval program na podporu umělého a přírodního sáňkování. Federace FIL uvolnila pro tuto činnost zhruba 500,000 Euro.

Na olympijských hrách roku 2002 v Salt Lake City se zúčastnilo již 23 zemí a zaplnilo tak maximální vytyčený počet atletů, které byl stanoven Mezinárodním olympijským výborem. Významným rok pro sáňkování byl rok 2003, kdy se oddělil

svaz saní od FIBT a vznikl pouze samostatný svaz pro saně s názvem FIL (česky Mezinárodní sáňkařská federace).

Roku 2004 již rozpočet pro financování sportu byl 800,000 Euro. V sáňkování také začaly existovat od tohoto roku odměny pro závodníky, neboli „prize money“. V kanadském Calgary (Světový pohár) se v roce 2008 jela poprvé disciplína zvaná „družstva“ („Team relay“), která byla zavedena do pravidel IRO a která se poprvé pojede na Olympiádě v ruském Sochi v roce 2014.

V roce 2009 čítal FIL okolo 52 států ze čtyř kontinentů, které jsou evidovány jako sportovní svazy. Tento počet se stále navyšuje s příchodem další členských států.

2.2 Historie českého sáňkování

V této kapitole bylo čerpáno z webových stránek ČMSA (2013). Na českém území se poprvé uspořádaly sáňkařské závody 27. ledna 1895 na Smědavě v Jizerských horách. Konaly se na jedné silnici do vesnice Bílý potok. Již 19. května 1909 navrhl továrník Adolf Hoffmann v Liberci, aby byla na hoře Ještědu postavena první sáňkařská dráha. V prosinci 1909 datujeme počátek organizovaného sáňkování v Čechách. Dráha v Liberci byla dlouhá zhruba tři kilometry a v roce 1914 bylo na ní uspořádáno první mistrovství Evropy.

Tento sport byl ve svých začátcích velmi oblíben pro svoji rychlost a adrenalin. Začal se tak šířit do okolních vesnic a měst. V roce 1910 se Horský spolek pro Jablonec a okolí rozhodl vystavět sáňkařskou dráhu z Černé Studnice do Jablonce nad Nisou. Tato dráha byla otevřena v roce 1911. V nadcházejícím roku byla také otevřena dráha vystavěná z Černé Studnice do Smržovky. Další dráhy se podařilo vystavět i na Štěpánce v Příchovicích do Kořenova a do Tanvaldu. Následovaly dvě dráhy z Bramberku do Lučan.

S rozvojem sáňkování a výstavbou drah rostl také počet závodníků a sportovců. Počet závodníků na mistrovství v roce 1912 činil na dvě stovky sportovců.

Dráha do Smržovky byla za pomoci sportovců a činovníků upravena na závodní sáňkařskou dráhu a sloužila i k rekreačnímu sáňkování. Pro představu ji například často využívali osadníci a návštěvníci Černé Studnice při návratu zpět do Smržovky. Tito závodníci se řadili mezi českou i evropskou špičku svým usilovným tréninkem. Éra

sáňkařského rozkvětu byla nuceně přerušena v roce 1939, kdy nastala druhá světová válka.

V návaznosti na předválečná léta se i v poválečných letech několik smržovských sportovních nadšenců v čele s Josefem Patrmanem a Janem Švadlenou rozhodlo založit oddíl při místním sportovním klubu SK Smržovka. Tento oddíl byl jeden z prvních v ČR. V tomto období byla Smržovka největším rodištěm sáňkařů, protože jinde v okolí nebyla velká konkurence.

Po roce 1950 se začaly pořádat sáňkařské závody také v Liberci a v Lázních Libverda, kam členové oddílu ze Smržovky často dojížděli. V roce 1952 byla založena okresní a krajská komise bobů a saní, ve které byli právem také zástupci sáňkařského oddílu ze Smržovky. Od roku 1954 začali do Smržovky jezdit také závodníci z Prahy, kteří na zdejší dráze pořádali také své okresní a krajské přebory.

V letech 1973-1976 byla vybudována zcela nová sáňkařská dráha, a to v provedení nadzemním, betonovém. Toto provedení zcela změnilo charakteristiku dosavadní dráhy. V době výstavby se svými parametry přiblížilo k podobným zařízením budovaným ve světě. Projektantem tohoto díla byl Jaroslav Nechanický.

3 Charakteristika sáňkařského sportu

Kapitola pojednává o základní charakteristice sáňkařského sportu. Jsou zde obsaženy základní části, které jsou potřebné pro činnost toho sportu. Zdroji v této části jsou především pravidla IRO a osobní zkušenosti získané autorem.

3.1 Základní pravidla

Sáňkování se měří pomocí času od startu do cíle. Tento sport nehodnotí žádní rozhodčí a není zde bodový systém. Důležitý je především start sáňkaře, poté trajektorie trasy s aerodynamikou. Vyhrává pouze časově nejrychlejší sáňkař. V dnešní době se již jezdí na 0,001s a existují pouze minimální rozdíly na závodní jízdy. Každá chyba závodníka se tak promítá do jeho konečného umístění.

3.2 Parametry dráhy

Vzdálenost od startu k cíli by měla měřit pro ženy, dvousedadlové saně a dorost nejméně 800m, nejvíce však 1050m. Pro muže minimálně 1000m, maximálně však 1250m (vyskytují se ale i výjimky). Na dráze by se měla vyskytovat alespoň jedna levotočivá a jedna pravotočivá zatáčka, jedna mírná zatáčka, jedno eso (zatáčky navazující bez roviny za sebou), labyrint (zakřivená rovina) a rovina (viz obr. 1 dráha v Sochi). Délka dojezdu musí být taková, aby saně na konci dojezdu bez brzdění nepřekročily rychlost 40 km/h. Každá dráha je vybavena zařízením na měření času, kterého závodník dosáhl od protnutí startovní fotobuňky do projetí té cílové.



Obrázek 1. Sáňkařská dráha v Sochi.

Zdroj: SC-OS 2013

Start je vodorovná ledová plocha v prostorách startovní budovy, která musí závodníkovi umožnit zaujmout základní posed. Madla se nacházejí po stranách startovacího bloku. Závodníci je používají pro zvýšení počáteční rychlosti a vykonání co nejdynamičtějšího odrazu. Poté, co sáňkaři odstartují, následují „hraby“, což jsou opakující se uhození do ledu pomocí hrabáků, které má závodník na prstech.

3.3 Umělé a přírodní dráhy

Umělé dráhy se vyznačují chlazením, které je podobné jako u hokejových arén. Tyto dráhy se poté udržují pomocí stálého polévání vodou a následného, neustálého ručního broušení povrchu. Na těchto drahách se jezdí Olympijské hry a Světové poháry, jsou navrhované a propočítané s ohledy brané na bezpečnost a terénní možnosti.

Dráhy přírodní nejsou přizpůsobeny terénu ani nejsou vybaveny umělým chlazením, jezdí se po směsici sněhu a ledu. Tyto dráhy nemusejí mít betonové základy ani profilované zatáčky (e-ABC 2000).

3.4 Led na přírodních drahách

„Dráhy bez umělého chlazení mohou sáňkaři využívat pouze v závislosti na počasí, tedy za mrazu v zimě. Příkladem je dráha ve Smržovce. Led každý rok vyrábějí tak, že na betonový podklad stříkají gumovými hadicemi vodu z přilehlého rybníčku. Pokrytí například 700 metrů dráhy trvá 200 hodin. Záleží samozřejmě na počtu pracovníků a na počasí. Led je potom ještě třeba pomocí speciálních hoblíků upravit tak, aby povrch byl zcela hladký. Pokud sněží, organizátoři závodů musejí pravidelně sněh z celé dráhy odstraňovat - vymetat.“ (e-ABC 2000).

3.5 Dosažené rychlosti v sáňkování

Rychlost u umělého sáňkování dosahuje v průměru okolo 100 km/h. Maximální rychlost je dána v závislosti na dráze. Střední hodnota se pohybuje okolo 130 km/h u mužů a okolo 120 km/h u žen a dvojic. Nejvyšší rychlost byla však naměřena v Kanadském Vancouveru v průběhu Olympiády. Rakouský závodník zde dosáhl rychlosti 156 km/h.

3.6 Závodní disciplíny a kategorie

Závodí se ve čtyřech disciplínách a třech kategoriích. Mezi kategorie patří jednosedadlové saně žen a mužů, třetí kategorii tvoří dvojice na dvousedadlových saních. Takto tvoří jednotlivé disciplíny. Každý závod (např. Světový pohár) tvoří minimálně 6 tréninkových jízd v průběhu týdne a 2 závodní jízdy o víkendu. Výjimkou je pouze Olympiáda, která se jezdí v rámci jednotlivců na čtyři závodní jízdy. Čtvrtou disciplínu tvoří kombinace všech tří předchozích. Jezdí se tzv. družstva. V této disciplíně startuje první žena, která po dojetí do cíle „plácne“ do terče a na startu se otevřou vrátka pro muže, kde se tento postup opakuje. Poslední jede dvojice. Výsledkem je součet časů všech tří kategorií dohromady.

Jezdci jsou rozděleni do kategorií podle věku:

- mladší žáci = 7 - 11 let;
- starší žáci = 12 - 14 let;

- junioři = 15 – 20 let;
- dospělí = 20+ roků.

3.7 Saně

Následující informace byly použity z autorových vlastních webových stránek. Závodní saně se dnes stavějí ze základních sériově vyráběných částí (z jakýchsi polotovarů) na míru každému závodníkovi. Nejprve je třeba vybrat konstrukčně nejvhodnější typ (vhodná délka, výška apod.), a ten potom dodělat podle požadavků zákazníka. Ovšem takto upravené závodní saně stojí více než sto tisíc korun.

První závodní saně byly vyrobeny na začátku 19. století v Norsku. Vypadaly asi jako dnešní dětské sáňky a závodníci na nich zásadně seděli. Od té doby se neustále vyvíjejí a stále budou, jsou na ně totiž kladeny stále větší požadavky. Tyto požadavky se mění podle norem, které hlídají odborníci z organizace FIL. Jako normu můžeme brát: bezpečnost, ovladatelnost, technický stav, atd. Sáňky, které budou popisovány, patří do skupiny závodních jednosedadlových saní pro uměle chlazené dráhy.

Skládají ze dvou hlavních částí a to:

- ohnutin;
- pekáče (vana).

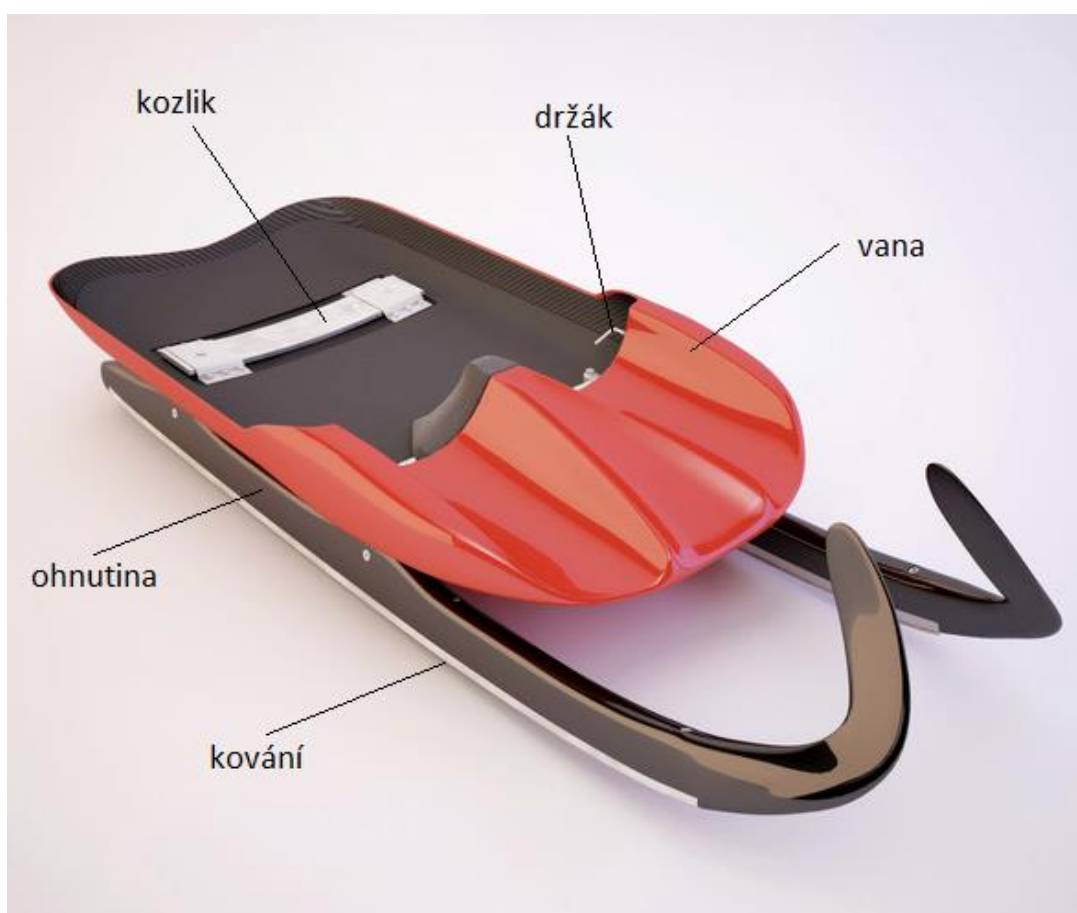
Tyto části se dají dále rozložit na více funkčních složek.

Ohnutiny se skládají z:

- **Kování** neboli skluznice, jsou hlavní kontaktní plochy s ledem. Tvořeny jsou z dvou částí, tvrdší a měkčí slitiny oceli. Profil kování se mění podle dráhy, pro kterou je určeno.
- **Ohnutiny**, jejich hlavní funkcí je řízení. Vyrábí se buď dřevěné, nebo z umělých materiálů. Je na nich připevněno kování pomocí šroubů. Ohnutiny jsou spojeny s pekáčem pomocí kozlíků, které se mohou představit jako ocelové lichoběžníky bez delší základny.
- **Kozlíků**, rozlišují se přední a zadní. K přednímu se přidělávají držáky. Zadní se pomocí hasičských hadic, nebo jiných ocelových uchycení, přidělávají k hlavní vaně.

Pekáč je složen z:

- **Hlavní vany**, která je přimontována na kozlíky. Velikost vany se dělá na postavu závodníka. Vana se vyrábí ze skelných vláken (laminátu), nebo kevlaru. Důležité je, aby závodníkovi byla postavena na míru dle jeho postavy.
- **Držáků**, kterých se jezdec drží. Držáky také pomáhají při řízení. Jsou zhotoveny z oceli a přidělány k přednímu kozlíku.



Obrázek 2. Saně.

Zdroj: Iliev 2011

Váha saní:

- 21-25 kg pro jednosedadlové saně (do pravidel se počítá s 23 kg);
- 25-30 kg pro dvojsedadlové saně (do pravidel se počítá s 27 kg);
- Max. 16 kg saně pro starší žáky;
- Max. 14 kg saně pro mladší žáky;
- Max. 24 kg pro juniorské dvojsedadlové saně;
- Chybějící nebo přebývající váha saní (+/- 2 kg), může být kompenzována skrz závodníkovu výbavu.

Dnešní sánkař má jízdní polohu v lehu na zádech nohami kupředu, proto jsou k tomu nynější sánky i tak přizpůsobeny. Pokud se na nich neleží, ztrácí aerodynamiku, ale především ovladatelnost. Saně se řídí pomocí pohybů těla. Závodník by měl mít saně vždy pod kontrolou, jinak se stává tento sport velmi nebezpečným.

Často kladená otázka ze strany veřejnosti je o řiditelnosti saní. Následující odstavec autor věnuje popisu této otázky.

Saně se řídí pomocí nohou, rukou (držáků) a pohybů těla (přitlačením ramena do pekáče). Podstatnou věcí je zkřížení ohnutin neboli zvednutí přední části a opačné zadní části saní. Tím se změní těžiště a saně zareagují na změnu směru. Reakce saní je však přiměřená rychlosti a odstředivé síle působící na závodníka. Saně nejrychleji jedou, když se neřídí a mohou tak využívat libovolně tvar dráhy. Na závodníka má však největší vliv adrenalin, který může ovládat jeho mysl. Saně nemají brzdy, brzdí se až v cíli pohybem do proti svahu.

3.8 Ocelové skluznice

Ocelové skluznice neboli kování se vyrábějí sériově, a proto je třeba je ještě dále upravit. Nabrousit, ztupit, to záleží na konkrétním sánkaři. Kdo není příliš zdatný jezdec, potřebuje kování ostřejší, kdo si věří více, kování si zaobluje. Moderní je také úhlování kování neboli vytvoření jiné roviny, než je ta základní. Závodníci mají často k dispozici několik druhů kování, každé z nich je vhodné pro určité podmínky. Jedno se hodí pro slunečné počasí, jiné zas když je obleva a další, když padá sníh.



Obrázek 3. Saně a kování.

Zdroj: Iliev 2011

3.9 Dovažování

Jelikož je v tomto sportu podstatná váha závodníka, mezinárodní federace FIL vytvořila tabulky na dovažování sportovců. Sážkaři mohou dovažovat pomocí olověných vest. Muži a dvojice mohou vyrovnat svůj váhový nedostatek do 90 kg, žena pouze do 75kg její hmotnosti. Vše je blíže popsáno v pravidlech IRO.

Nejvýše však mohou dovážít:

- 10kg ženy a juniorky;
- 13kg muži a junioři;
- 10kg dvojice a juniorské dvojice.

3.10 Kontroly

Kontrolování saní a závodníka rozdělujeme:

- před startem;
- v cíli.

Na startu se kontroluje teplota skluznic. Slouží k tomu speciální digitální kontaktní teploměr a tzv. kontrolní skluznice umístěná na startu a chráněná před sluncem. Před zahájením závodů se měří kontrolní teplota na skluznici závodníkůvých saní. Následně se měření opakuje každých patnáct minut. Rozdíl v teplotě kontrolní skluznice měřené v prostoru startu ve výšce 0,5m a teploty naměřené na závodních saních nesmí překročit +5 °C. Po provedeném měření nemohou už saně opustit startovní prostor a ani na ně nijak sahat. Cílem tohoto měření je zamezit startujícím, aby si případně skluznice předem zahřívali (protože čím teplejší skluznice, tím rychleji se saně pohybují po ledě).

Startovní kontrola také obsahuje vážení hmotnosti závodníka a vážení saní se závodníkem. Vše se zaznamenává a i zdánlivě mírné překročení váhy se trestá diskvalifikací.

Po úspěšném dojetí závodníka do cíle je závodník povinen vylosovat míček nebo zmáčknout tlačítko, které rozhodne o další kontrole. Pokud si vylosuje červenou barvu, musí s pořadatelem odejít na nové detailní převážení, které spočívá v úplném vysvěcení a rozvážení. Naopak modrá barva značí inspekci saní. Saně jsou kontrolovány pomocí speciálních přípravků dle pravidel IRO.

3.11 Speciální oblečení

Sánkaři používají rukavice, které jsou opatřeny na bříškách prstů hroty, pomocí kterých se závodník odráží na startu, aby start byl co nejrychlejší. Tato technika jde zvládat pouze při malé rychlosti.

Závodník je vybaven také kombinézou, která má zapínání na zádech a splňuje normy FIL o prodyšnosti materiálu. Obuv je tvořena ze speciálních aerodynamických

bot, udržující chodidlo v propnutí. Výhradní distributor těchto sáňkařských bot je firma Adidas.

Součástí výbavy je samozřejmě bezpečnostní helma vyráběná pouze firmou UVEX. Jako kryt obličeje se používá tzv. štít, který chrání závodníkův obličej před povětrnostními vlivy. Následně je vyobrazena speciální výbava v obrázku 4.

Někteří závodníci používají chrániče ramen, rukou apod. kvůli své bezpečnosti. Tato volba je však individuální a není nijak ve sportu normovaná.



Obrázek 4. Helma, boty, hrabáky.

Zdroj: Vlastní foto

4 Trénink sáňkaře

Tato otázka je velmi často kladená od lidí, kteří se saním nevěnují. Tato kapitola tedy přiblíží to, co je potřebné a důležité v přípravě na sezonu a průběh sezony.

6.1 Sportovní výkon a trénink

Podkapitola je čerpána z knihy autora Dovalila (2005), kde sportovní výkon je definován jako výraz určitých schopností, rozvíjených cílevědomým dlouhodobým tréninkem. Charakterizuje se jako projev speciálních schopností jedince v uvědomělé činnosti v závislosti na pohybové činnosti, který je dán pravidly a disciplínou. Tento výkon je cílem tréninkového procesu a tvoří ho:

- vrozené dispozice – nadání, či talent;
- vlivy přírodního a sociálního prostředí – vývoj jedince a jeho dispozic;
- vliv tréninkového procesu.

Sportovním tréninkem je zejména myšleno osvojování a zdokonalování určité činnosti. Trénink je především účelně a někdy i složitě organizovaný, vše je specializováno na konkrétní výkon v dané disciplíně. K tréninkovému procesu je potřeba také zajistit lékařské a pedagogické zajištění. Osvojování techniky tréninku je prováděno:

- tělesným rozvojem – zaměření na všestranný rozvoj pohybových schopností;
- psychickým rozvojem – rozšiřování vědomostí a zkušeností;
- sociálním rozvojem – formování meziosobních vztahů a kolektivu.

V sáňkařském sportu se prosazují spíše starší závodníci okolo 33 let, kteří již mají s tímto sportem značné zkušenosti. Existují také výjimky jako například Němec Felix Loch, který v 21 letech dokázal vyhrát olympiádu ve Vancouveru. Sáňkování je spojeno s natrénovanými jízdami a dokonalé technice. Vrozený talent pro závodníka je

vždy velkou výhodou. Naučení se dobrého a suverénního pocitu na dráze zabere v tréninku vždy mnoho času.

6.2 Trénink a příprava sáňkaře

Letní část tréninku je převážně fyzická příprava s důrazem na rychlost, obratnost, sílu, postřeh, „uvolněnost“. V létě čeští sportovci trénují na smržovské sáňkařské dráze. Používají se saně s in-line kolečky. Bohužel jízda na kolečkových saních je o hodně rozdílná oproti té zimní. Hlavně kvůli přilnavosti k povrchu - řízení je podobné, ale sportovec nemusí používat tolik citu pro řízení.

Příklad letních tréninků:

- jízda na kolečkových saních (jedničky, dvojky);
- fitness (síla, rychlost, dynamika);
- starty na startovním trenažéru;
- běh, atletika, kolo, in-line brusle (s lyžařskými hůlkami);
- obratnost (kotrmelce, přeskoky);
- koordinace pohybu (hody medicinbalem; vrhy koulí, gymnastika);
- regenerace (sauna, bazén, masáže);
- psychika (spolupráce s psychologem, příprava na závod);
- doplňkové sporty (tenis, squash, fotbal a jiné).

Zimní sezona pro sáňkaře především znamená hlavní období jeho činnosti. Příprava se promítne v jeho fyzické kondici a připravenosti na závody. Dráhy bývají ledovány zhruba ke konci září, kdy již převládají nízké teploty a není tak finančně náročné uchovat chlazením led na dráze. Tento čas je přípravou na nadcházející Světové poháry. Konají se soustředění, kdy závodník najezdí v průměru 15 jízd za týden. Záleží na možnostech jeho sportovního klubu a svazu.

V seniorské kategorii se v rámci světového poháru jezdí 9 závodů. U juniorské kategorie se pořádá 6 závodů. Každým rokem se také uskutečňuje Mistrovství světa. V rámci Mistrovství Evropy, které je také každým rokem, se rozhodli funkcionáři FIL organizace uspořádat „závod v závodech“. Tedy na evropské dráze v rámci světového poháru se vytahují výsledky pro Mistrovství Evropy.

7 Podpora sportu

Kapitola se bude zabývat otázkou podpory sportu pro Českou republiku. Stát totiž hraje velmi významnou část příjmů pro malé sporty, které nemají propracovaný systém na získání vlastních zdrojů pro uskutečnění jejich potřeb. Některé informace v této kapitole budou čerpány z internetového portálu MŠMT.

7.1 Podpora sportu v ČR

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy pro každý rok rozděljuje finanční obnos, který přiděluje organizacím. Například návrh pro rok 2013 činí finanční objem ve výši 2 982 754 tis. Kč. Státní podpora je orientovaná na plnění úkolů plynoucích z:

- zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy ČR, ve znění pozdějších předpisů;
- zákona č. 115/2001 Sb., o podpoře sportu ze dne 28. února 2001, ve znění pozdějších předpisů;
- usnesení vlády ze dne 9. března 2011 č. 167 o koncepci státní podpory sportu v ČR.

Rozpočtová pravidla jsou v souladu se zákonem č.218/2000 Sb., zabývají se zásadami vlády pro poskytování dotací ze státního rozpočtu ČR nestátním neziskovým organizacím. Žádat je možné v pěti programech:

- Program I – Sportovní reprezentace ČR, Resortní sportovní centra MO, MV, MŠMT, a ADV.
- Program II – Sportovně talentovaní mládež.
- Program III – Všeobecná sportovní činnost.
- Program IV – Údržba a provoz sportovních zařízení.
- Program V – organizace sportu.

Žádosti podávají nestátní neziskové organizace s registrací dle stanov zákona č 83/1990 Sb. Jako tyto organizace se dají považovat:

- a) Národní sportovní svaz s celostátní působností (sportovní svazy).
- b) Sportovní organizace s celostátní působností.
- c) Sportovní organizace, působící na základě mezinárodní autority (ČOV).
- d) Servisní organizace (ČSTV; MŠMT 2012).

7.2 Financování sportu v ČR

V roce 2008 MŠMT vypracovala finanční analýzu peněz pro sport v rámci ČR. Jejím cílem bylo popsat jednotlivé ukazatele, jakými jsou:

- a) společenský přínos pro společnost,
- b) objem veřejných prostředků,
- c) srovnání veřejných výdajů na sport v kontextu Evropské unie,
- d) zdali je sport čistým příjemcem nebo plátcem do státního rozpočtu.

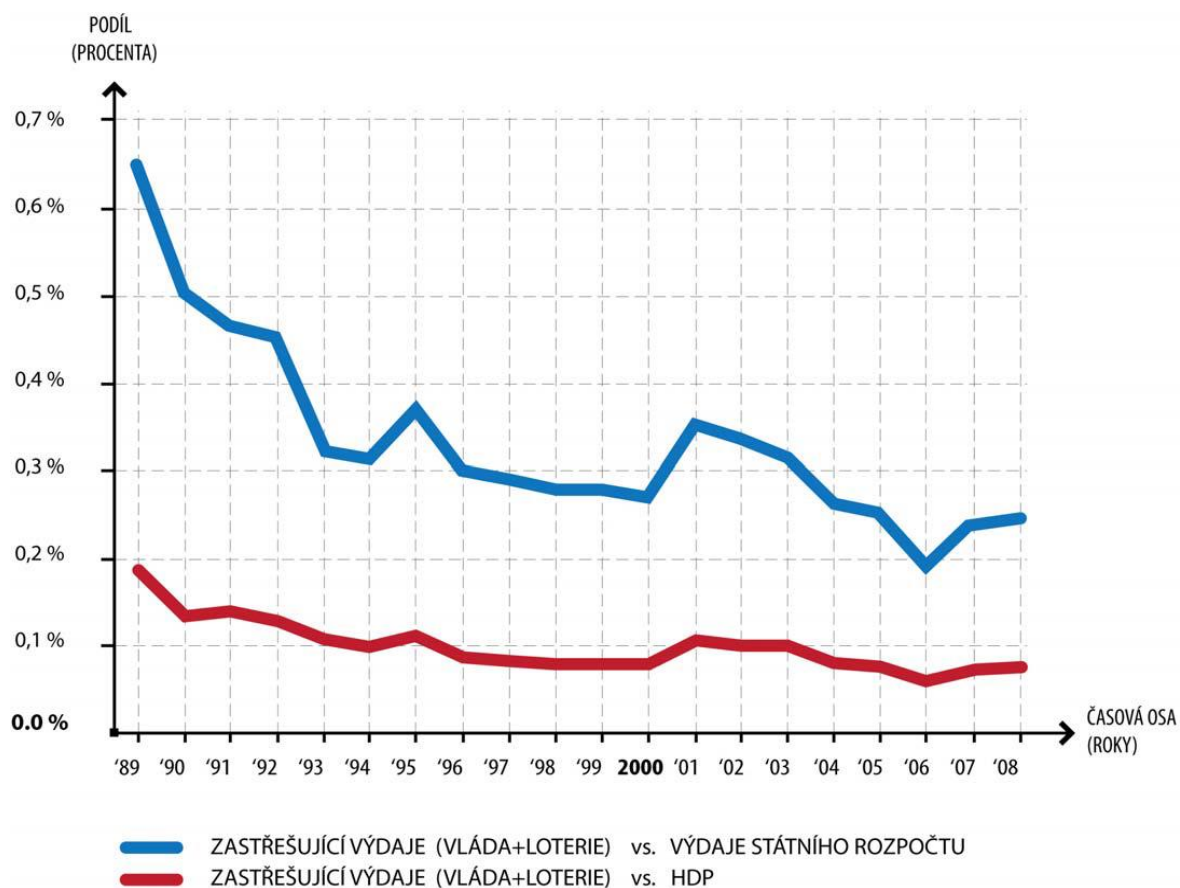
Sport jakožto lidská činnost je založená na sociálních, vzdělávacích a kulturních hodnotách. Představuje v současnosti narůstající význam ve společnosti a ekonomice. Značně tak ovlivňuje a přispívá k rozvoji společnosti. Zhruba 20% lidí v evropských zemích je vedeno ve sportovních klubech a velká část sportuje neorganizovaně.

Sport z hlediska hospodářského odvětví slouží jako nástroj pro místní a regionální rozvoj, obnovu měst a vesnic. S ekonomikou je propojena například:

- organizace sportovních akcí;
- výstavba sportovních objektů a zařízení;
- výroba zařízení pro sportovní objekty, výroba náradí a náčiní;
- obchod se sportovním zbožím;
- služby (fitness, kurzy);
- doprava sportovců a diváků;
- sportovní turistika;
- mediální sféra.

Výsledkem činnosti MŠMT je obrázek, který ukazuje zastřešující výdaje a výdaje státního rozpočtu popřípadě hrubého domácího produktu.

Snaha autorů byla zachytit množství peněz, které je možno pro sport v rámci dotací použít. Jsou zde zahrnuty však pouze položky, které jdou přímo do sportovního prostředí.



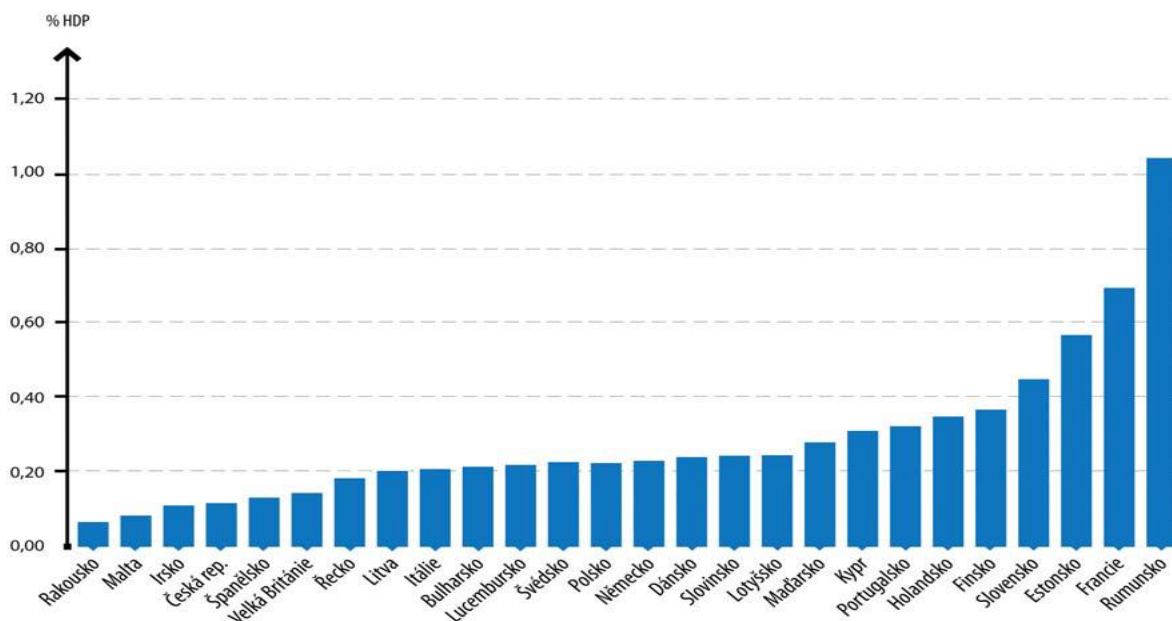
Obrázek 5. Vládní výdaje vůči HDP.

Zdroj: MŠMT 2009

Dle obrázku je vidět mírně kolísající průběh financování na krytí v rámci vládních výdajů pro sport. V posledních letech se mírně stabilizují výdaje jdoucí do sportu (MŠMT 2009).

7.3 Financování sportu v zemích EU

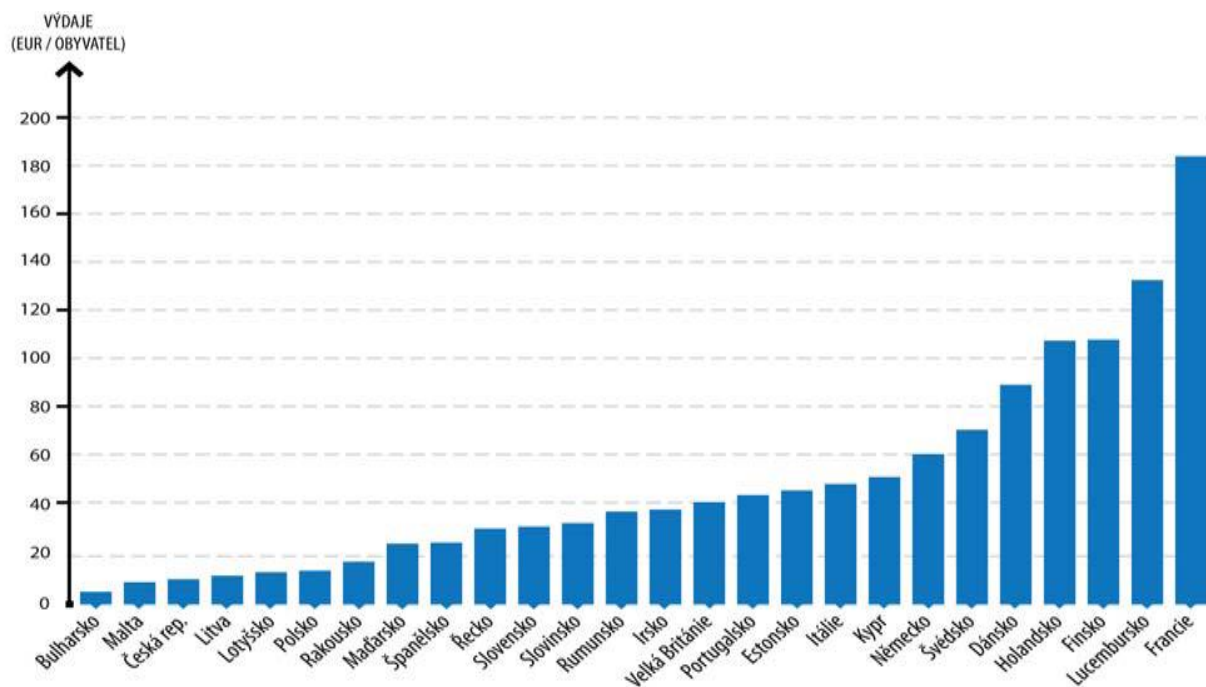
V této části je znázorněn graf vyplívající z průzkumu MŠMT, který se zabývá porovnáním mezi státy Evropské unie a jejich peněžními prostředky jdoucí do sportu vůči HDP.



Obrázek 6. Země EU v porovnání veřejných výdajů na sport na 1 obyvatele.

Zdroj: MŠMT 2009

Výše uvedený obrázek ukazuje, že ČR byla v roce 2005 v první čtvrtině ze všech zemí, které poskytly informace týkající se výdajů na sport. Česká republika tedy v porovnání se zeměmi EU poskytuje velmi malé finanční dotace plynoucích do sportu.



Obrázek 7. Země EU v porovnání veřejných výdajů na sport vůči HDP.

Zdroj: MŠMT 2009

Tato studie byla vytvořena na základě dat z francouzského předsednictví EU. Studie byla dokončena v r. 2008 a pracuje s daty za rok 2005. Byla použita jako zásadní nástroj pro porovnání České Republiky s ostatními evropskými zeměmi (MŠMT 2009).

8 Založení občanského sdružení

Nejvíce sportovních organizací se v ČR zakládá jako Občanská sdružení. Je to nejvhodnější právní forma. Lidé se sdružují z důvodu společných cílů, je mnohem snadnější se stát účastníky správního řízení pomocí organizace, nežli toto zastávat jako jednotlivec. Občanská sdružení jsou také osvobozena o některé daně z příjmu. Vše je popsáno a stanoveno v zákoně č. 634/2004 Sb. o správních poplatcích. Nezanedbatelným pozitivem je také fakt, že občanské sdružení má šanci získat granty na podporu své činnosti. Tyto granty může získat jak od soukromých dárců, tak od nadací a mezinárodních institucí, či jednotlivých ministerstev.

Založení občanského sdružení upravuje zákon o sdružování občanů č. 83/1990 sb. K založení je potřeba třech fyzických osob, kdy minimálně jedna je starší 18 let. Tyto osoby sepiší stanovy, kterými se bude organizace řídit. Tento návrh na vznik sdružení podá na Ministerstvo vnitra (Portál Občan 2013).

Návrh na registraci podle zákona obsahuje:

- podpisy členů přípravného výboru;
- jména, příjmení, data narození a bydliště těchto osob;
- označení toho člena výboru, který je určen jako zmocněnec pro jednání jménem výboru;
- text stanov ve dvou vyhotoveních.

Stanovy obsahují:

- název sdružení (název sdružení musí od července 2013 obsahovat označení "občanské sdružení" nebo zkratku "o.s."; stávající sdružení musí provést změnu do 3 let - tedy do července 2016);
- sídlo sdružení;
- cíl jeho činnosti;
- práva a povinnosti členů sdružení;
- orgány sdružení, způsob jejich ustavování, určení orgánů a funkcionářů oprávněných jednat jménem sdružení;

- ustanovení o organizačních jednotkách, pokud budou zřízeny a pokud budou jednat svým jménem;
- zásady hospodaření.

Sdružení vzniká registrací a neplatí se žádné správní poplatky za vznik. Po vzniku jsou povinny pořádat tzv. členské schůze. Ze schůze se vede písemný zápis a detailní prezence. Pokud má sdružení nějaký majetek, je povinna vést účetnictví. Pokud vede účetnictví, musí státu odvádět daňové přiznání.

Po vzniku občanského sdružení je také možnost se přihlásit do ČSTV pomocí regionálních sdružení ČSTV.

Zánikem sdružení je považováno buď dobrovolné rozpuštění, nebo sloučení s jiným sdružením. V neposlední řadě je také pravomocné rozhodnutí ministerstva o jeho rozpuštění (Portál Občan 2013; ČSTV 2013).

9 Marketing pro neziskové organizace

Kapitola pojednává spíše v teoretické rovině. Marketing pro neziskové organizace je velmi složitý. Neziskové organizace nemají v hlavním úmyslu zisk. Jako neziskové organizace můžeme považovat: ústřední a místní organizace státní správy, vzdělávací instituce, charitativní a místní organizace (Hannigan, 1996). Existují také služby - příkladem jsou: vzdělávání, péče o zdraví, sociální služby, zařízení pro volný čas a sportovní činnost, policie, armáda a dobrovolnické organizace. Marketing je součástí procesu řízení, zaměřenou na uspokojování požadavků zákazníka s cílem tvořit zisk. I když jediným a konečným cílem výroby je zájem o zákazníka.

9.1 Neziskový sektor

V neziskových organizacích a institucích marketing nepatří mezi tradiční činnosti. Ale vzhledem k této tržní době se mnoho institucí začalo zajímat o marketing. Uvědomili si, že nadále musí soutěžit a ucházet se o dary nebo granty. Nutně také musí uspokojovat požadavky svých zákazníků. Neziskové organizace poměrně málo vynakládají své prostředky na uspokojení potřeb svých potencionálních zákazníků a raději se soustředí na jiné své cíle (Hannigan, 1996).

9.2 Typy neziskových organizací

Neziskové organizace dělíme podle:

- **zdrojů financování** (zdroje pocházejí z vládních dotací prostřednictvím grantů, nebo z dobrovolných příspěvků nebo jiných zdrojů);
- **typu výrobku či služby** (organizace vyrábí hmotný výrobek, nebo se snaží změnit chování lidí);
- **organizační formy**
 - a) dárcovská – příjem pochází z darů
 - b) komerční – organizace požaduje od uživatelů platby za služby

- c) vzájemná – organizace je řízena převážně svými uživateli
- d) podnikatelská – organizace je řízena profesionálními manažery (Hannigan, 1996).

9.3 Marketing a prodej

I když jsou tyto dvě věci spolu propojeny, zároveň však představují dvě různé aktivity. Prodej značí dohodu na směně mezi dodavatelem a zákazníkem. Marketing je proces, který uspokojuje potřeby a přání zákazníka pomocí směny.

Marketingový proces zahrnuje:

- zjištění, co zákazník potřebuje,
- vývoj výrobku k uspokojení těchto potřeb,
- stanovení ceny v souladu s požadavky,
- distribuci výrobků k zákazníkovi,
- dohodnutí směny neboli prodeje (Hannigan, 1996).

Důležité je ve fázi prodeje přimět zákazníka, aby podnikl krok ke koupi výrobku. Obecně platí pravidlo „čím více komodita odpovídá potřebám zákazníků, tím snadnější je její prodej“. Základní myšlenkou tedy je, že zákazník nehledá komoditu, ale hledá její přínos pro něho. Tato poučka vede k poučení, že by měli organizace spíš prodávat to, co se dá prodat, nežli prodávat to, co se dá vyrobit.

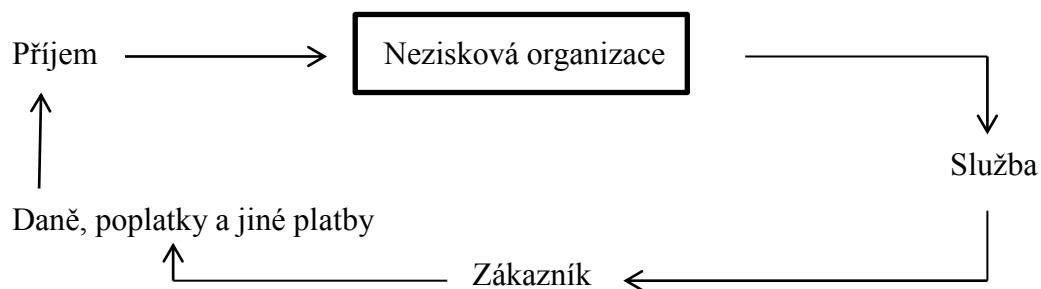
9.4 Potřeba marketingu

Hlavním cílem neziskové organizace je, jak již bylo řečeno, sloužit zákazníkovi. Existují dva pilíře, které jsou společné pro ziskový a neziskový sektor. Jsou to služba zákazníkovi a vzájemně výhodná směna. Z knihy vyplývá, že není důležité, aby znali lidé majitele organizace. Především je kladem důraz na poskytnutí výhodné služby pro zákazníka. Mnoho služeb je ve veřejném sektoru poskytováno zdarma, což znamená, že spotřebitel neplatí za službu v době, kdy jí přijímá. Ovšem každý výrobek nebo službu je nutno nějak uhradit. Uhrazení probíhá tzv. nepřímým způsobem, který je uhrazen jinak.

Pokud zákazník přesně ví, co chce získat, nebo chybí konkurence, pak je patrně zbytečné využívat nástroje marketingu. Úkolem a cílem většiny organizací je v první řadě přežití. Marketing jím pomáhá co nejúčinněji využívat svých silných stránek v boji s konkurencí (Hannigan, 1996).

9.5 Zákazník

Pro neziskové organizace je velmi důležité určit okruh svých zákazníků. Ve veřejném sektoru to není ale vždy tak jednoduché. Především je to osoba, která využívá službu, ačkoli není důležité, zda je služba placena přímo nebo prostřednictvím daní. Organizace by měla vyvíjet aktivity ve více směrech, jelikož se o ni mohou zajímat nejenom zákazníci, ale i například různé společnosti, správní rada, místní správa, či zájmová skupina. V neziskovém sektoru musí organizace přesvědčit tyto výše zmíněné, aby mohli získat potenciální zákazníky. Důležitost je kladena především na vlivné osoby (Hannigan, 1996).



Obrázek 8. Směnné vztahy v soukromém sektoru.

Zdroj: Hannigan, 1996

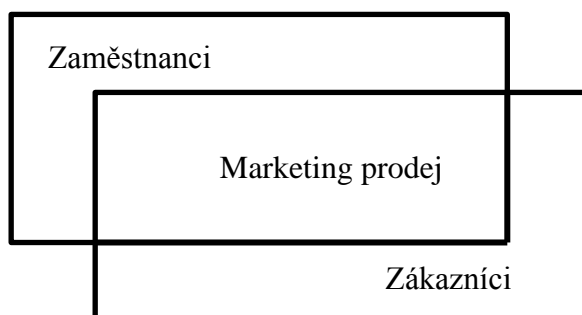
9.6 Marketingová orientace a image

V posledních letech jsou organizace v neziskovém sektoru nuceny přejít z orientace na výrobek k orientaci na zákazníka. Tento přístup znamená, že by se měly více rozhodovat v oblasti marketingu k dosažení cílů.

Marketingové oddělení je vhodné vytvořit tehdy, kdy prodáváný výrobek nebo služba je komoditou, o které se zákazník nemůže dozvědět z inzerátu nebo vystavením na prodejně.

Image v neziskové sféře bývá velmi důležitý. Organizace tak přichází do podvědomí zákazníků, a ti si na ni vytvářejí vlastní názory. Dobré je vytvářet si image průběžně od začátku činnosti organizace, protože v době nouze se s ním většinou již nic nenadělá. Image je souhrn představ, myšlenek a dojmů, které o ni lidé mají. Takhle osvojená image pro veřejnost již lze jen obtížně měnit. Jedním krokem k úspěchu je tedy informovat okolí o všem pozitivním, co se kolem organizace děje (Hannigan, 1996).

Marketing služby v neziskovém sektoru



Obrázek 9. Služby v neziskovém sektoru.

Zdroj: Hannigan, 1996

9.7 Marketingový plán

Zabývá se orientací na zákazníka a vypracovává úvahy o možnostech směru organizace v budoucnosti. Potřeba marketingového plánu roste s uspokojováním cílů organizace. Tento plán se skládá se 3 hlavních částí:

- programového prohlášení;
- cílů;
- strategického plánování (Hannigan, 1996).

Programové prohlášení charakterizuje její základní poslání. Je nutné, aby bylo stručné, jasné a obsažné. Mělo by popsat současný stav, ale i zamýšlené změny a cíle.

Cíle jsou popisovány v konkrétnějších pojmech než programové prohlášení. Uvádějí se především cílové počty, nebo procento přírůstku. Převádějí abstraktní pojmy z prohlášení do konkrétnější podoby. Cíl by měl být: reálný, dosažitelný, měřitelný, konkrétní, datovaný.

Strategické plánování je proces rozvíjení a udržování uskutečnitelného souladu mezi cíli organizace a jejími zdroji. Zabývá se širokou škálou obchodních vztahů a činností. Dále propojuje organizační plánování a řízení aktivit (Hannigan, 1996).

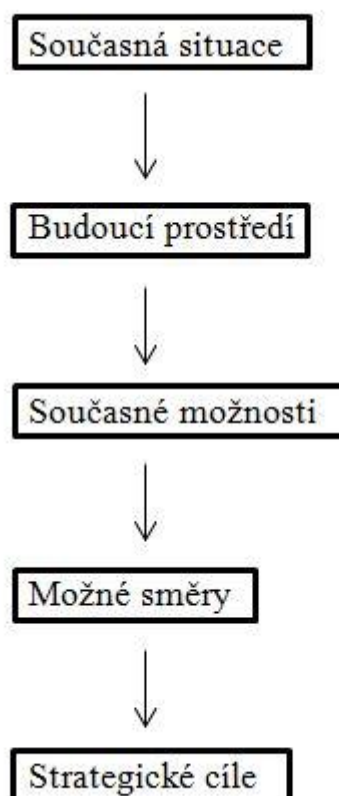
Z hlediska času jsou rozlišovány tři druhy plánů. Krátkodobé plány jsou na 1-2 roky a určují krátkodobé cíle podniku a její marketingovou strategii v tomto období. Střednědobé plány se nalézají mezi operativními a strategickými plány. Posuzují především momentální marketingové činnosti z pohledu poslání organizace. Dlouhodobé plány jsou především na 5-10 let. Zahrnují především dlouhodobé cíle, které chce organizace v budoucnu dosáhnout (Dědková, Honzáková, 2009).

9.8 Strategický plán

Strategický plán shrnuje ustanovení a mise firmy. Obsahuje rozbor výchozího stavu, silných a slabých stránek podnikatelské činnosti. V neposlední řadě zkoumá zdrojové možnosti rozvoje a vytvoření specifických podnikatelských předností firmy. Vymezuje časový horizont soustavy cílů a realizaci zvolené strategie (Čáslavová, 2009).

Strategický plán obsahuje především externí analýzu, interní analýzu, výběr cílů a strategií, detailní rozpracování plánu pro každý nástroj. Externí analýza vychází z trhu, zákazníka, konkurence, celkově tedy z makroprostředí. Interní analýza zkoumá tržní pozici a finanční analýzu (Dědková, Honzáková, 2009).

Strategický plán



Obrázek 10. Strategický plán.

Zdroj: Čáslavová, 2009

V konkurenčním prostředí jsou důležité pro podnik ziskovost, podíl na trhu, nebo pověst. Cíle by však měly v neziskové sféře splňovat určité předpoklady, které se týkají poslání organizace. Strategické cíle dělíme:

- sportovní – podporují poslání a úlohu ČOV;
- ekonomické – snaží se získat finanční zdroje z vlastní marketingové a hospodářské činnosti;
- sociální – boj proti diskriminaci, podporování smyslu fair-play, podporování OH (Čáslavová, 2009).

9.9 Přístupy k marketingu ve sportu

Jak již bylo zmíněno, jen velmi málo jsou marketingové koncepce zařazovány do organizací. Avšak některé koncepty v organizacích mohou fungovat jako:

- **Sponzorování**

Zde patří systematické zpracovávání výkonů od tělovýchovných a sportovních organizací. Určují si zde komunikační kanály, kterými budou komunikovat se sponzory. Zabezpečují legislativně a obsahově modely sponzorských smluv (Čáslavová, 2009).

- **Sportovní reklama**

Organizace si připravují všechny své tahy komunikační politiky vzhledem k běžnému fungování sportovních oddílů a zvláště z konání tělovýchovných a sportovních akcí.

10 Českomoravská sánkařská asociace

Kapitola nazvaná Českomoravská sánkařská asociace, se zabývá svazem saní. ČMSA je registrována jako občanské sdružení. Je zájmovým dobrovolným sdružením občanů, oddílů, TJ na území Čech a Moravy, kteří jsou příznivci tohoto sportu. Dle stanov ČMSA se ve své činnosti zavazuje k navázání tradic, usiluje o rozvoj toho sportu a k vytváření podmínek pro tento sport. Je také členem ČSTV a Mezinárodní sánkařské federace (FIL).

Sídlo ČMSA je v Praze 6, Strahov, Zátokova 100/2, avšak kancelář se momentálně nachází ve Smržovce, náměstí T. G. M. Mezi hlavní úkoly svazu patří:

- zabezpečení vrcholového sportu (státní reprezentaci);
- vydává pravidla sánkařského sportu pro ČR;
- řídí činnost svých členů, a řídí pedagogické školení;
- v souladu se stanovami českého olympijského výboru se podílí na činnosti ČOV a s ní spolupracuje při zajišťování účasti na OH (ČMSA 2010).

Svaz momentálně čítá k dnešnímu datu 15 tělovýchovných jednot, avšak činných je pouze 6 jednot a klubů. Členem se může stát každý oddíl v ČR, nebo zájmová skupina či jednotlivec, který souhlasí s posláním a stanovami organizace.

Orgány asociace ČMSA jsou:

- Valná hromada;
- Výkonný výbor;
- Trenérská rada;
- Revizní komise (ČMSA 2010).

Mezi činnosti valné hromady patří volba předsedy a místopředsedy a členy jednotlivých funkcí. Valná hromada rozhoduje o vzniku a zániku asociace. Je to nejvyšší možný útvar pro rozhodování.

Výkonný výbor zajišťuje plnění úkolů asociace v období mezi valnými hromadami a vystupuje jménem asociace v právních otázkách a dalších možných jednáních. Výbor tvoří devět členů, kteří plní funkci pro kterou jsou zvoleni.

Trenérská rada řídí a koordinuje činnost všech sportovních družstev. Rozhoduje v otázkách čerpání rozpočtu v jednotlivých úsecích. Má na starost jmenování a odvolávání trenérů. Zasedání svolává předseda, nebo místopředseda svazu dle potřeby.

Orgánem kontrolním, je tzv. Revizní komise, která provádí revizi hospodaření svazu (ČMSA 2010).

10.1 Hospodaření asociace

Majetek asociace slouží k účelům, které jsou v souladu s posláním asociace a v zájmu sdružených subjektů.

zdrojem majetku asociace jsou:

- příspěvky – dotace od ČSTV, FIL a orgánů státní správy;
- příjmy z vlastní hospodářské činnosti, sportovní, kulturní činnosti;
- příjmy od sponzorů;
- majetek převedený do vlastnictví asociace členem asociace;
- nemovitý majetek ČSTV (ČMSA 2010).

Sáňkařská asociace hospodaří na základě schváleného rozpočtu z valné hromady a zásad a předpisů ČSTV. ČMSA si zřizuje vlastní bankovní konto a valutové konto v souladu s platnými předpisy (ČMSA 2010).

10.2 Náklady a výnosy celkem

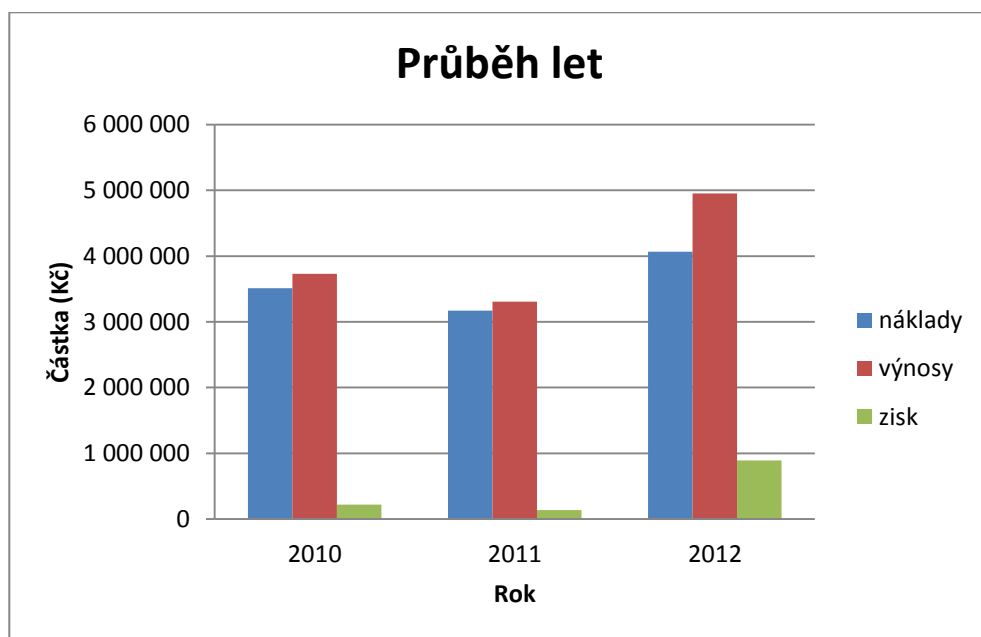
Autor práce čerpal z poskytnutých výsledovek (výkaz zisku a ztráty) z let 2010 až 2012. Tyto zdroje byly poskytnuty ČMSA. Jednotlivé náklady a výnosy jsou znázorněny v tabulce 1., kterou poskytla asociace saní.

Tabulka 1. Náklady a výnosy a zisk v letech 2010 až 2012.

	Částka (Kč)		
	2010	2011	2012
náklady	3 511 384	3 168 725	4 064 176
výnosy	3 730 073	3 308 097	4 954 109
zisk	218 688	139 372	889 933

Zdroj: ČMSA (Výkazy zisku a ztráty pro roky 2010 až 2012)

Tabulka 1. je zdrojem k následujícímu obrázku 11., který zachycuje horizontální průběh hospodaření ČMSA.



Obrázek 11. Náklady a výnosy v letech 2010 až 2012.

Zdroj: ČMSA (Výkazy zisku a ztráty pro roky 2010 až 2012)

V obrázku 11. je znázorněn průběh let z hlediska hospodářské činnosti sáňkařské asociace. Jelikož rok 2010 byl rokem olympijským, následoval v roce 2011 mírný pokles finančních obnosů, se kterými mohla ČMSA hospodařit. Tento roční výkyv je dán především ČOV, který v rámci olympijských příprav podporuje vždy buď letní, nebo zimní sporty.

Asociace vytváří záměrně zisk. Důvod je následující: vzhledem k sáňkařské sezoně (září až březen), se ČMSA snaží vytvořit přelomovou rezervu na financování v následujícím kalendářním roce. Na obrázku 11. je vidět zvýšení výnosů v roce 2012, které značně přibýly z důvodu blížící se olympiády v Sochi 2014.

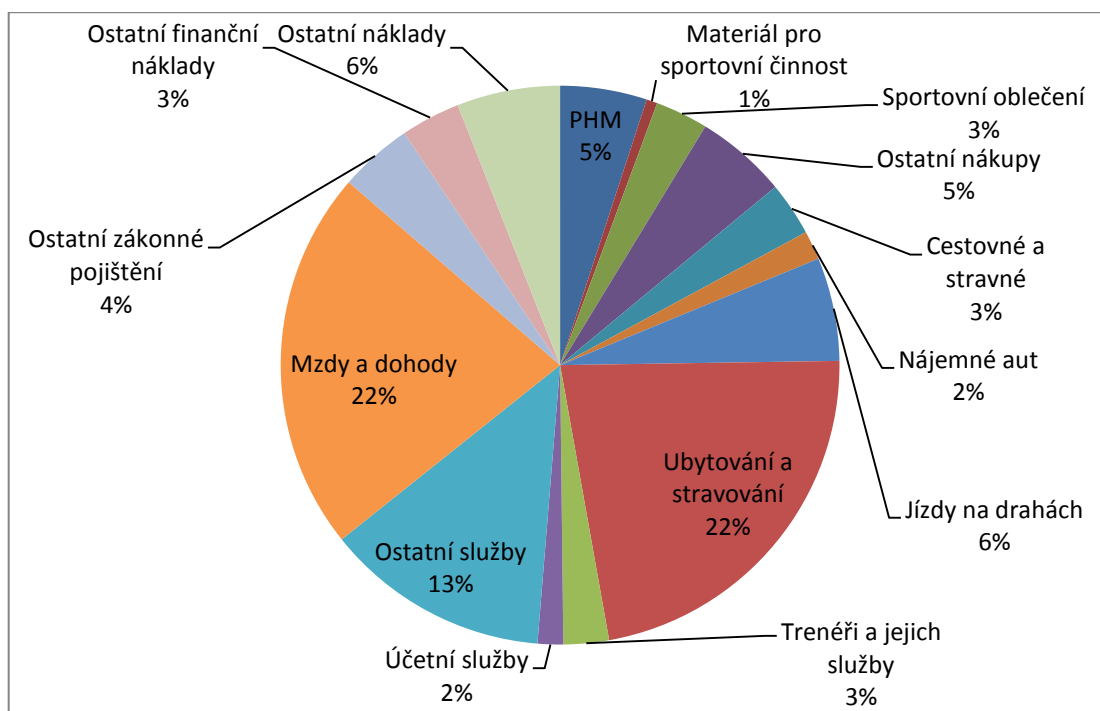
10.3 Hospodaření v roce 2012

Podkapitola nastiňuje hospodaření s financemi za poslední rok 2012. V následující tabulce 2., kterou poskytla ČMSA, jsou k nahlédnutí položky, které nejvíce ovlivňují náklady v roce 2012.

Tabulka 2. Náklady ČMSA v roce 2012.

Náklady v roce 2012	Částka (Kč)
PHM	203 909
Materiál pro sportovní činnost	25 703
Sportovní oblečení	124 192
Ostatní nákupy	214 907
Cestovné a stravné	126 651
Nájemné aut	67 864
Jízdy na drahách	242 983
Ubytování a stravování	911 634
Trenéři a jejich služby	106 814
Účetní služby	60 000
Ostatní služby	527 777
Mzdy a dohody	897 182
Ostatní zákonné pojištění	171 924
Ostatní finanční náklady	139 999
Ostatní náklady	242 636
Celkem	4 064 175

Z tabulky 2. je vytvořen obrázek 12., který procentně vykresluje stav nákladů, které asociace saní vykazala ve svém účetnictví. Blíže bude obrázek 12. popsán v následujícím odstavci.



Obrázek 12. Náklady ČMSA v roce 2012.

Zdroj: ČMSA (Výkazy zisku a ztráty 2012)

Analýza nákladů ČMSA z předchozího obrázku a tabulky vyhodnocuje rozdělení nákladů na určité části. Mzdy a dohody se zaměstnanci patří mezi významné náklady. Do mezd jsou zahrnuty následující pracovní poměry: předseda, sekretář, trenéři. Dohody jsou ve svazu převážně tvořeny se sportovci a ostatními pomocnými pracovníky.

Ubytováním a stravováním jsou převážně hrazeny náklady na reprezentaci. Všechny světové poháry se uskutečňují v zahraničí a je zde potřeba velké finanční zajištění. Pohonné hmoty tvoří cca 5% část z veškerých nákladů.

Sportovní oblečení je tvořeno formou sponzoringu od Alpine pro s.r.o., ale procentní částku z celkové sumy hradí ČMSA. Jelikož svaz vlastní pouze 1 vůz, je zde zahrnuto půjčovné za další potřebný automobil. V tomto roce jsou realizovány i odpisy majetku, které zvyšují náklady.

Některé náklady asociace nejdou snížit, protože v důsledku snížení by sportovci nemohli vycestovat na světové poháry.

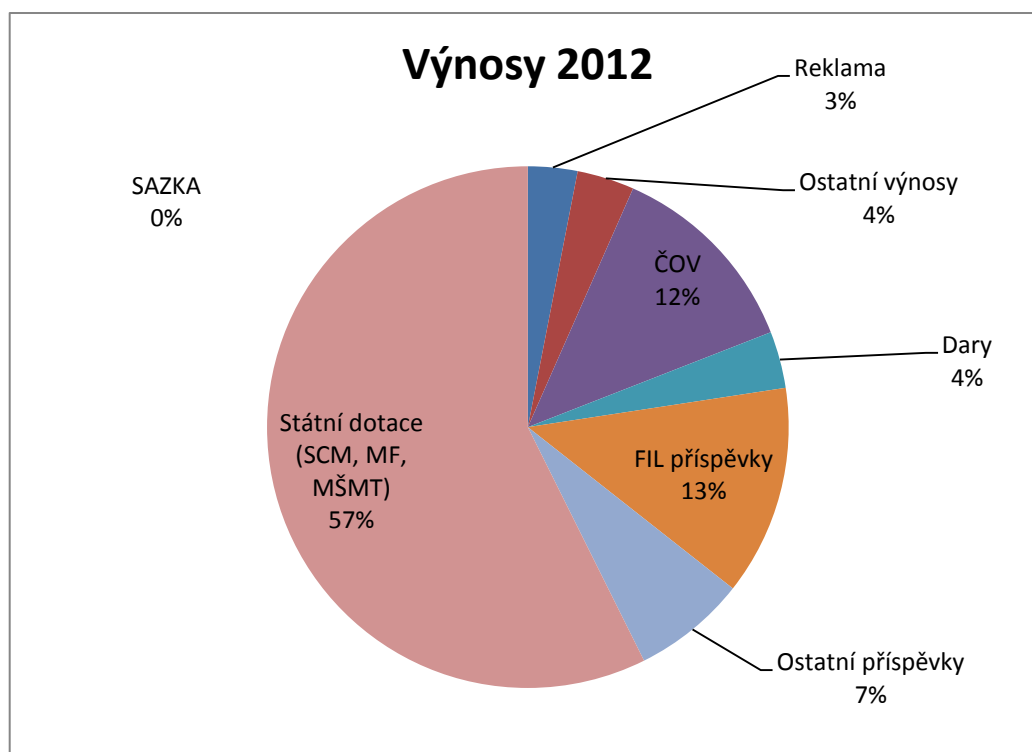
Následující tabulka 3. zaznamenává výnosy ČMSA pro rok 2012. Tyto položky především tvoří státní dotace, které asociace žádá v rámci podpory sáňkařského sportu, nebo je poskytují zastřešující organizace pro sáňkařský sport.

Tabulka 3. Výnosy v roce 2012.

Položky	Částka (Kč)
Reklama	151 811
Ostatní výnosy	175 690
SAZKA a.s.	0
ČOV	617 340
Dary	174 335
FIL příspěvky	645 033
Ostatní příspěvky	348 700
Státní dotace (SCM, MF, MŠMT)	2 841 200
Celkem	4 954 109

Zdroj: ČMSA (Výkazy zisku a ztráty pro roky 2010 až 2012)

V závislosti na tabulce 3 je vygenerován obrázek 13. V obrázku je znázorněno, že dotace tvoří 53% výnosů celé sáňkařské asociace. Jak je vidět z obrázku a tabulky, výnosy dosáhly celkové výše 4 954 109 Kč. Vše je blíže popsáno pod následujícím obrázkem.



Obrázek 13. Výnosy ČMSA v roce 2012.

Zdroj: ČMSA (Výkazy zisku a ztráty 2012)

Více než polovina příjmů ČMSA je zajištěna státními dotacemi. Tyto dotace zahrnují příspěvky na: reprezentaci, mládež, sportovní střediska, SCM, dotace od města, MŠMT program V. Český olympijský výbor tvoří poměrně značnou část z výnosů. Též FIL příspěvky na různé akce tvoří v ČMSA 13% ze všech příjmů.

Sáňkařská asociace bohužel nemá až tak vypracovaný marketing, tudíž reklamy a dary tvoří pouze 7% část. Dary ČMSA se dle zdrojů sbírají pouze v malých částkách a především od známých zdrojů, které již v minulosti přispívaly.

10.4 Porovnání údajů v rámci roků

V této kapitole autor chce ukázat průběh výnosů a nákladů v jednotlivých letech. Z hlediska časového průběhu budou vytyčeny některé z položek tvořících výsledovku.

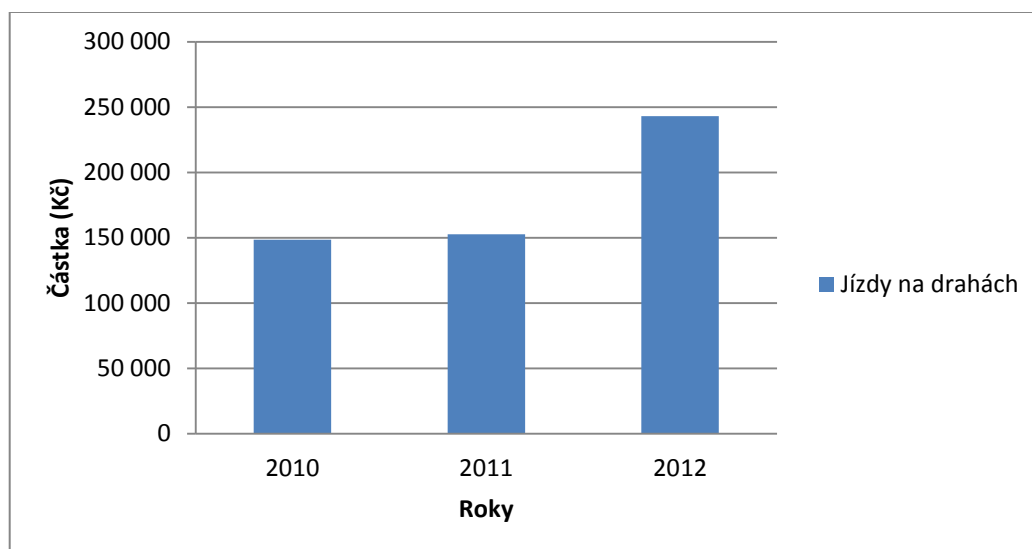
Následující tabulka 4. se zabývá výdaji za jízdy. Částka vydaná na tuto položku stále roste.

Tabulka 4. Výdaje za jízdy.

	Částka (Kč)		
	2010	2011	2012
Jízdy na drahách	148 307	152 505	242 983

Zdroj: ČMSA (Výkazy zisku a ztráty pro roky 2010 až 2012)

Na obrázku „výdaje za jízdy“ je graficky znázorněn růst nákladů za jízdy. V roce 2012 se zvýšily o 75%. Důvodem je olympijská příprava na rok 2013/2014. V roce 2011 proběhlo úsporné opatření, kdy vycestovala na světové poháry pouze menšinová část reprezentace.



Obrázek 14. Výdaje za jízdy.

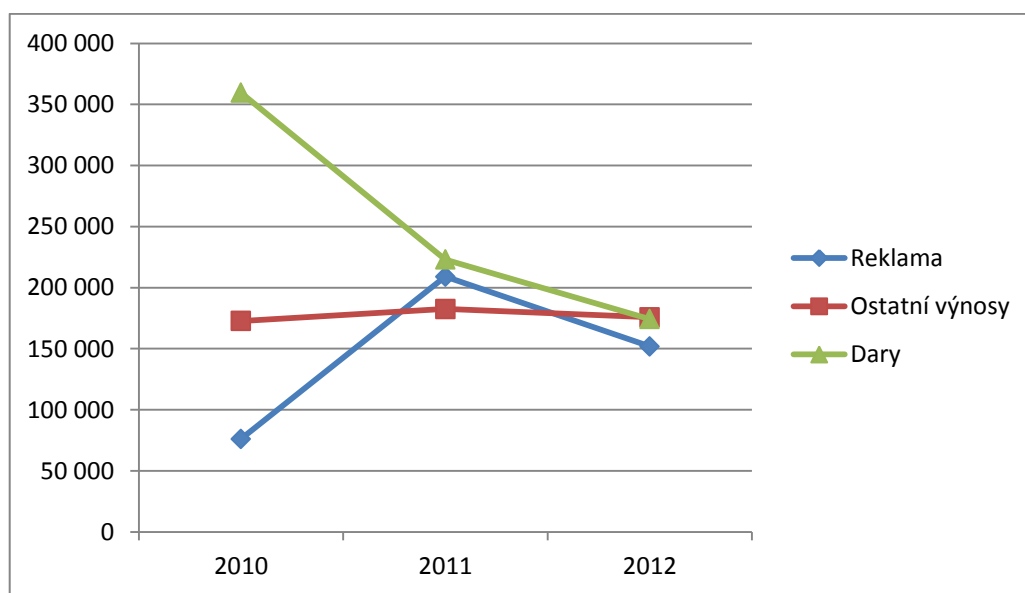
Zdroj: ČMSA (Výkazy zisku a ztráty pro roky 2010 až 2012)

Následující tabulka 5. zachycuje peněžní změnu v rámci třech období, která se udála na položkách reklamy, výnosů, darů.

Tabulka 5. Dary, reklama a výnosy.

Položky	Částka (Kč)		
	2010	2011	2012
Reklama	76 179	209 000	151 811
Ostatní výnosy	172 693	182 475	175 690
Dary	359 617	223 096	174 335

Z tabulky 5. plyne obrázek 15., znázorňující situaci v těchto položkách. Zdrojem k tabulce byli výsledovky ČMSA.



Obrázek 15. Dary, reklama a výnosy.

Zdroj: ČMSA (Výkazy zisku a ztráty pro roky 2010 až 2012)

Jak je vidět z předešlého obrázku 15., výnosy ČMSA dosahují téměř stejné hodnoty, avšak reklama zaznamenala nárůst v roce 2011 a pokles v roce následujícím. Reklamou se zamýšlí pronájem reklamní plochy na dresech, oblečení a prostorách dráhy ve Smržovce.

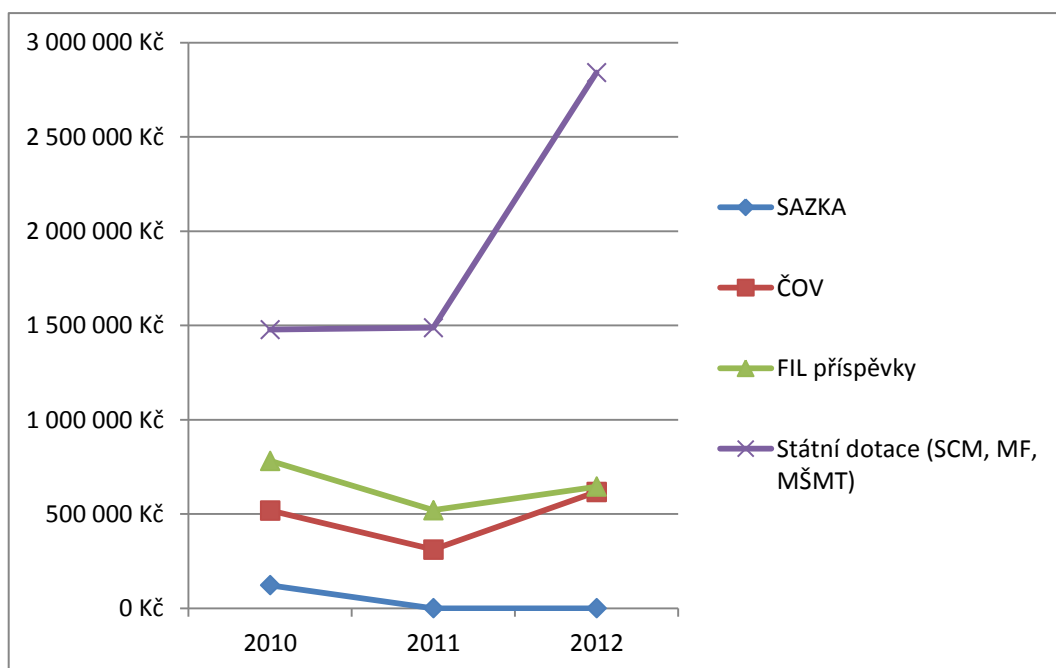
Každý rok ovlivňují dary více a více, podnikatelé a firmy nejsou ochotni darovat sáňkařskému sportu peníze. Autor se domnívá, že ČMSA nemá propracovaný marketingový plán pro oslovování potenciálních sponzorů.

Na tabulce 6. je zaznamenán přehled přijatých dotací ze stran jiných organizací. Tyto dotace tvoří stěžejní výnos ČMSA. Zdrojem k tabulce 6. je ČMSA.

Tabulka 6. Dotace a příspěvkové výnosy.

Položky	Částka (Kč)		
	2010	2011	2012
SAZKA	122 802	0	0
ČOV	518 955	312 011	617 340
FIL příspěvky	781 740	521 034	645 033
Státní dotace (SCM, MF, MŠMT)	1 477 993	1 488 547	2 841 200

Na tabulce 6. o „Dotacích a příspěvkových výnosech“ jsou porovnány jednotlivé údaje u průběhu tří let.



Obrázek 16: Dotace a příspěvkové výnosy.

Zdroj: ČMSA (Výkazy zisku a ztráty pro roky 2010 až 2012)

Na obrázku 16. o dotacích a příspěvkových výnosech jsou autorem porovnány jednotlivé údaje v průběhu tří let. Jak je na obrázku patrné, velkou část celkových výnosů tvoří jednotlivé dotace od ČR. Největšími poskytovateli těchto dotací je ministerstvo školství a tělovýchovy, Ministerstvo financí, Ministerstvo vnitra a Ministerstvo obrany. K těmto příspěvkům však spadá povinnost využití těchto zdrojů pouze na předem stanovené akce.

Mezi další výnosy ČMSA také patří dotace od FIL a ČOV, na kterých je svaz závislý. V roce 2011 zaznamenali mírný pokles z důvodu následující sezony po olympiádě ve Vancouveru.

Zajímavostí jsou poslední poskytnuté finance od Sazka a.s., která přinášela do sportu peníze z hazardu v ČR. Tyto příjmy jsou pro ČMSA a ostatní sporty od roku 2011 nulové v důsledku krachu této společnosti. Nový plán na dotace sportu z hazardu nebyl zatím pro ČR předložen.

10.5 Náklady na zajištění seniorské reprezentace

Pro seniorskou reprezentaci, která se pravidelně zúčastňuje světových pohárů, je potřeba zajistit dostatečné množství peněz. Pro představitelství - jedno soustředění na evropské dráze ve složení pěti závodníků a jednoho trenéra stojí cca 65 000 Kč. Do této částky je zahrnuto vše potřebné. Světový pohár na evropském kontinentě vyjde na podobnou finanční sumu.

Pro rok 2012 se v rámci 1 týdenního mezinárodního soustředění a světového poháru v roce 2013 se vyčerpalo 506 000 Kč. Tyto akce se konaly na budoucí olympijské dráze v ruském Sochi. Celá Sezona seniorské reprezentace tak zahrnovala sumu 1 520 000 Kč. Autor zde čerpal z dokumentů ČMSA.

10.6 SWOT analýza svazu

Pomocí SWOT analýzy zkoumáme postupně interní a externí prostředí a získáváme z něho souhrnné hodnocení situace. V analýze se rozebírají silné a slabé stránky. Ty patří do interních zdrojů a jsou ovlivnitelné z hlediska organizace. Naopak

do externích zdrojů zařazujeme příležitosti a hrozby, které nám vznikají z vnějšího prostředí.. SWOT neboli strenghts, weakness, opportunities a threats je nástroj, který nám umožňuje určení specifických a strategických cílů. Pomocí této analýzy jsme schopni usměrňovat budoucí vývoj analyzovaného objektu.

Řešíme především:

- jak zachovat a posílit silné stránky;
- jak eliminovat slabé stránky;
- jaké budoucí příležitosti využít pro další rozvoj;
- jak čelit očekávaným ohrožením ze strany veřejnosti (Kubias, 2009).

Silné stránky – S (strenghts)	Slabé stránky – W (weakness)
<ul style="list-style-type: none"> • tvoření zisku • jednoduchá organizační struktura • umění hospodaření se získanými financemi • pevné jádro organizátorů • dobrá komunikace s ministerstvy 	<ul style="list-style-type: none"> • málo reprezentantů • závislost na dotacích • chybí zapojení marketingu • špatná reklama • malé dary • nákladnost zajištění reprezentace • blízko není velké město
Příležitosti – O (opportunities)	Hrozby – T (threats)
<ul style="list-style-type: none"> • zlepšení marketingu svazu • snaha dosáhnou i jiného krytí, než jsou dotace • zviditelnění sportu • úspory v podobě koupi dalšího auta • zkvalitnění trenérských služeb 	<ul style="list-style-type: none"> • po skončení momentálních reprezentantů není dostatek sportovců • zánik dotací poskytnuté státem • zrušení toho sportu v rámci olympiády • příchod dalších sportů, které žádají podobné dotace • omezený schválený vládní rozpočet

Analýza byla zpracována na základě autorovy znalosti prostředí. Důležité bylo nastínění hospodářské činnosti ČMSA, které bylo doloženo v hospodářských zprávách asociace. Vyhodnocení analýzy se nachází v kapitole „Doporučení a návrhy pro sáňkařský sport“.

11 Tělovýchovná jednota saně Smržovka

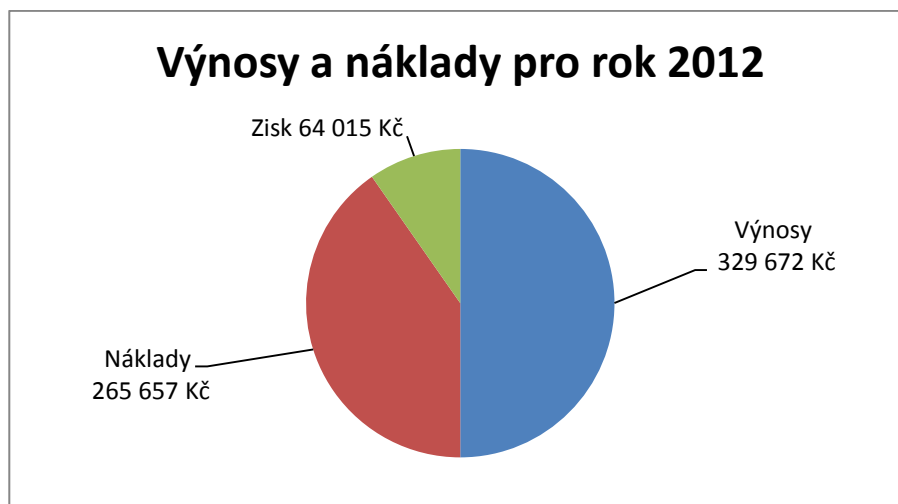
Tělovýchovná jednota saně Smržovka byla zakládajícím členem českého sáňkování, tudíž se autorovi zdálo vhodné zařadit oddíl TJ saně do této práce. Jednota jakožto občanské sdružení spadá pod ČSTV a MV. Mezi hlavní činnosti oddílu patří výchova mládeže a zajištění závodní činnosti smržovských sáňkařů. V roce 2012 čítala téměř 90% zastoupení v řadách reprezentantů ČR. Patří také mezi stěžejní pilíře českého sáňkování.

V TJ saně je situace obdobná jako v mnoha dalších sportovních klubech. Sehnat dostatek peněžních prostředků na řádný chod oddílu společně s finančním zajištěním sezony bývá rok od roku těžší. To znamená, že pokud sport není národní neboli populárním jako je v ČR fotbal a hokej, je takřka nemožné zajistit finanční prostředky na přípravu a činnost klubu. V tabulce 7 jsou zaznamenány výnosy a náklady oddílu v roce 2012.

Tabulka 7. Náklady a výnosy TJ saně Smržovka.

	Částka (Kč)
výnosy	329 672
náklady	265 657
zisk	64 015

Jak je znázorněno v grafu a tabulce 7. vznikl hospodářský zisk. Tento zisk činí 64 015 Kč. Vzhledem k činnosti klubu je velice užitečný. Zdrojem v tabulce 7. je TJ saně Smržovka.



Obrázek 17. Příjmy výdaje TJ saně Smržovka.

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty pro roky 2012 pro TJ saně Smržovka

11.1 Výnosy v roce 2012

Výnosy spojené z činnosti jednoty jsou uvedeny v tabulce 8. Suma v porovnání se svazem tvoří pouze zanedbatelnou částku.

Tabulka 8. výnosy TJ saně Smržovka v roce 2012

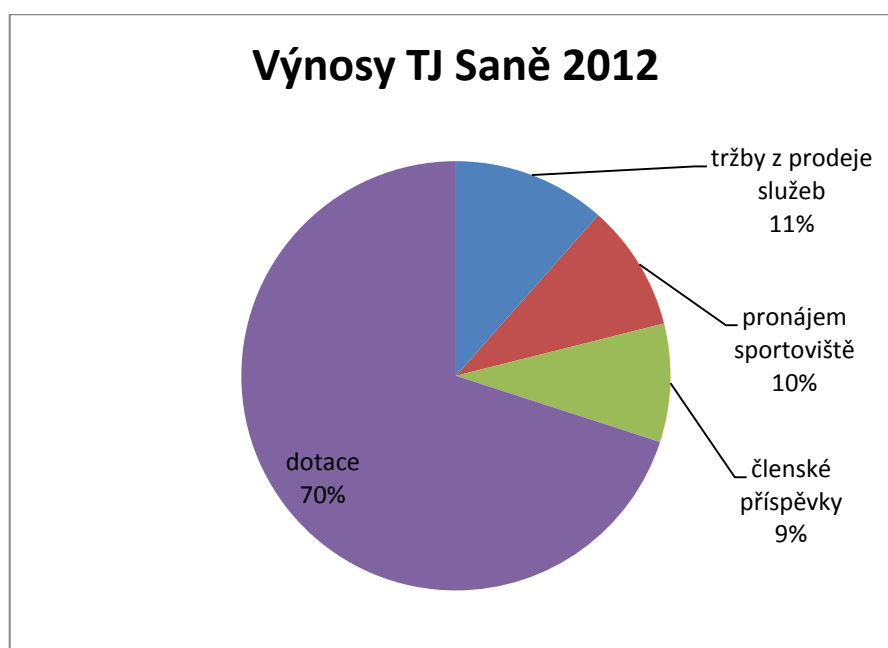
Výnosy za rok 2012	Částka (Kč)
tržby z prodeje služeb	36 876
pronájem sportoviště	30 500
členské příspěvky	28 500
dotace	223 796
Celkem	329 672

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty pro roky 2012 pro TJ saně Smržovka

Tržby z prodeje služeb jsou především činnosti spojené s pořádáním závodů a akcí na dráze ve Smržovce. Tyto akce jsou například Mistrovství regionu, Mistrovství Čech a Moravy, Okresní přebory.

Pronájmem sportoviště je myšleno pronajmutí sáňkařské dráhy ve Smržovce. Pronájem využívají především polští oddíloví závodníci, kteří nemají dráhu kde by mohli trénovat. Možnost toho využití má kdokoliv, kdo má zájem. Slovenští sáňkaři také využívají této možnosti pronájmu sportoviště, jelikož mají pouze možnost startovního trenažeru.

Členské příspěvky jsou stanoveny 300 Kč ročně za dospělou osobu a 200 Kč ročně za dítě. Nicméně movitější členové přispívají dobrovolně vyšší částkou. Členové se také spolupodílejí na financování akcí v rámci TJ saně. Tímto se myslí např.: Závody v Zwickau (GER), Závody v Kremenci (UKR), a různé jiné. Následný obrázek 18 ukazuje poměr procentních výnosů jednoty.



Obrázek 18. Výnosy TJ saně Smržovka v roce 2012.

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty pro roky 2012 pro TJ saně Smržovka

Poskytnuté dotace poskytovali:

- 167 210 Kč ČMSA;
- 46 586 Kč Město Smržovka;
- 10 000 Kč Krajský Úřad Liberec.

11.2 Náklady v roce 2012

Zde je přiložena tabulka výdajů a graf, které TJ saně Smržovka realizovala v roce 2012. Tyto údaje v tabulce 9 vypovídají o nákladech.

Tabulka 9. Náklady TJ saně Smržovka v roce 2012.

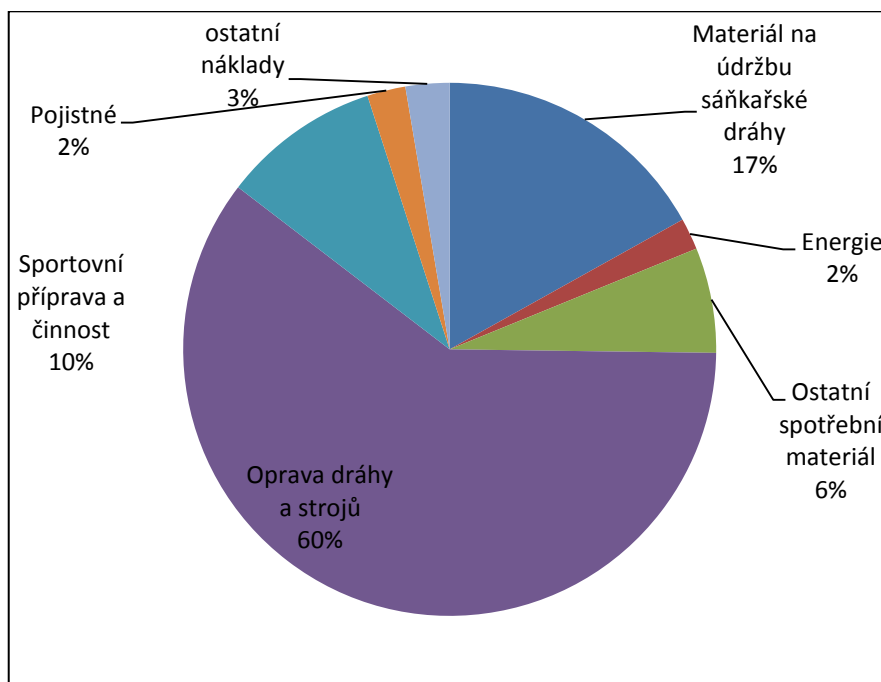
Náklady za rok 2012	Částka (Kč)
Materiál na údržbu sáňkařské dráhy	44 928
Energie	5 097
Ostatní spotřební materiál	16 954
Oprava dráhy a strojů	159 897
Sportovní příprava a činnost	25 516
Pojistné	6 183
Ostatní náklady	7 082
Celkem	265 657

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty pro roky 2012 pro TJ saně Smržovka

Jak je vidět z tabulky 9 a obrázku 19 převážná část výdajů je spojena s opravami dráhy. Jelikož dráha byla vybudována okolo roku 1970 je její oprava nezbytná. Na několika místech je poničena povětrnostními podmínkami. Též nemá velmi zpracovaný podklad a okolí dráhy. Dané finanční prostředky vynaložené na tyto opravy mají pouze cíl udržet sáňkařskou dráhu ve Smržovce v chodu a činnosti. Bohužel na postavení nové sáňkařské dráhy nezbývají prostředky.

Do spotřebního materiálu jsou zadány položky, které jsou spojeny s organizací oddílu. Patří sem zejména výroba medailí, nákupu pohárů a tisk diplomů. Jelikož část sáňkařské dráhy se nalézá na pozemcích Lesů České republiky je zde zahrnuto i nájemné.

Sportovní činnost a příprava je založena na zajištění tréninkových potřeb pro sportovce. Spadají sem náklady z pronájmu tělocvičny, posilovny a v neposlední řadě také prostředků určených k regeneraci. Za regeneraci můžeme považovat saunu, bazén, a masáže. Tyto výhody čerpají děti z oddílu TJ a jejich trenéři.



Obrázek 19: Náklady TJ Saně v roce 2012.

Zdroj: Výkaz zisku a ztráty pro roky 2012 pro TJ saně Smržovka

11.3 SWOT analýza TJ saně Smržovka

SWOT analýza vyplývá z předchozích údajů, které byly v této práci zveřejněny. Autorovy znalosti prostředí TJ tak bylo usouzeno následující.

Silné stránky – S (strenghts)	Slabé stránky – W (weakness)
<ul style="list-style-type: none"> • tvoření zisku • jednoduchá organizační struktura • silné zázemí ve Smržovce • vlastní sportoviště 	<ul style="list-style-type: none"> • členská základna • chátrající majetek
Příležitosti – O (opportunities)	Hrozby – T (threats)
<ul style="list-style-type: none"> • získání nových členů • výměnné akce se zahraničními oddíly • širší nabídka pro veřejnost • pořádání náborových akcí • uspořádání závodů pro firmy • zajištění vlastních sponzorů 	<ul style="list-style-type: none"> • hrozba zániku oddílu • ukončení státní podpory a dotací • zchátrání budov a staveb

Ve SWOT analýze autor vyhodnotil interní a externí vlivy na TJ saně Smržovka. Tento oddíl může rychle reagovat na změny, které mohou nastat. Avšak je velmi závislý na ČMSA a na dotacích.

Za velmi velkou hrozbu je považován zánik tohoto oddílu z hlediska velkého úbytku činovníků a mládeže. Jeho movitý majetek velmi chátrá a v budoucích letech bez investic může zaniknout unikátní sáňkařská dráha ve Smržovce.

Autor navrhuje oddíl, aby se zaměřil na zviditelnění v rámci kraje, a vzbuzení dobré pověsti ze strany místních obyvatel. Získal tak podporu a vybudoval zázemí pro rozvoj sportu. Pro oddíl je důležitá spolupráce ze strany rodičů, kteří občas zastávají pomocnou sílu trenérů.

12 Doporučení a návrhy pro sáňkařský sport

V této části by autor rád shrnul stav ČMSA a doporučil kroky ke zlepšení situace. Jak je vidět v předešlých částech, bylo využito především výkazu zisku a ztráty z jednotlivých let k nastínění finanční situace v českém sáňkařském sportu. Tento stav, ve kterém se sáňkování momentálně nalézá, není finančního hlediska kritický. ČMSA i TJ saně Smržovka stále tvoří zisk jako rezervu na pokrytí další sezony. Důležité ale je zahrnout nedokonalosti, které se nalézají ve výsledovce. Typickým příkladem jsou odpisy, které zvyšují náklady a mění celkové sumy.

ČMSA ani TJ momentálně nevykazuje velké příjmy z reklam a sponzoringu. I když momentální situace ve sportu ČR je v malých sportech špatná, měly by se ČMSA a TJ více koncentrovat na prodání svého produktu, kterým je sportovní reprezentační činnost. Generální sponzor by mohl poskytnout vyšší sumy na přípravu. Tyto částky by sportu velmi pomohly. Sáňkařský sport je orientován do zimní sezony, tudíž oslovením výrobců, jejichž orientací jsou zimní sporty, by mohl mít určitý efekt na reklamu a sponzoring. Získání vedlejších, nebo hlavních sponzorů by ovlivnilo nezávislost na dotacích a mohlo tak porýt většinu nákladů a zabezpečit lepší přípravu, trénink a celkové výkony sportovců.

Ve vztazích s veřejností sáňkařský sport příliš nevyniká. Autor doporučuje zviditelnění v místě sportu i v celé ČR. Málo kdo vůbec ví, jak vypadá tento sport. Rozhlasovou reklamou nebo upozorněním by se dalo docílit výrazného zvýšení popularity. Sáňkařský svaz by neměl čekat na oslovení ze strany veřejnosti, ale oslovit veřejnost svými akcemi a kampaní. Přilákáním dětí z okolních škol je další možný krok kupředu. S tímto krokem souvisí uspořádání náborových akcí.

Autor z vlastní zkušenosti doporučuje angažovat profesionálního sáňkařského trenéra, který ví, jak by měla probíhat příprava saní na zimní sezonu. Úspor by také ČMSA mohla docílit nakoupením dalšího vlastního auta. Každoroční zapůjčování od autopůjčoven je nákladné. V letní sezoně by auta mohla být pronajímána zákazníkům.

Získávání dotací pro sport, které byly čerpány v předchozích letech, autor shledává jako přínosné pro sáňkování. Navrhuje i nadále čerpat dotace v maximální výši.

13 Závěr

Základem pro vypracování práce bylo získání přehledu informací týkajících se sáňkařského sportu. V úvodní kapitole byla zpracovaná historie sáňkování jak v Česku, tak ve světě. Byly zde nastíněny počátky sáňkování a organizace v ČR.

V teoretické části bylo nastíněno financování sportu v ČR. Další oddíl byl zaměřen na založení občanského sdružení a všechny potřebné náležitosti se vznikem spojené. Sport souvisí s neziskovými organizacemi, jelikož není nutné tvořit zisk, ale je potřebné zabezpečit sportovní činnost. Uskutečňovat sportovní potřeby závodníkům a umožnit jim adekvátní sportovní přípravu. Marketing pro tyto organizace tak vytváří velmi podstatnou úlohu. Avšak v sáňkařském sportu pouze velmi málo využívanou.

Praktická část zahrnovala finanční analýzu jednotlivých let z výkazů zisků a ztrát. Podrobně se zkoumaly výnosy a náklady v posledním roce hospodaření Českomoravské sáňkařské asociace. Nastínily se i průběhy let předchozích a to v jednotlivých komparacích. Výsledkem byla celková SWOT analýza, která nastínila momentální stav českého sáňkování. Tato analýza by mohla být uplatněna v praxi a posloužit tak sáňkování k dalšímu rozvoji.

Financování v sáňkování je zabezpečeno především státními zdroji, dotacemi z organizace FIL. Jak bylo zjištěno, sáňkařský svaz se téměř nezabývá marketingem, tudíž dary a sponzorské peníze tvoří pouze minimální příjmy, následně autor vyvodil různá doporučení pro sáňkařskou asociaci.

Jakožto jeden z hlavních členů sáňkařské asociace je zde popsána Tělovýchovná jednota saně Smržovka. Tento oddíl udržuje tradici a zachraňuje postavení v sáňkařském sportu. TJ hospodaří především s dotacemi na činnost, které poskytuje stát a ČMSA. Bez těchto financí by nebylo možné zajistit nutné opravy jediné sáňkařské dráhy ve Smržovce.

Domnívám se, že jsem splnil cíle práce a obsáhl jsem ve své práci vše, co mělo být obsaženo k nastínění tématu sáňkování. Vzhledem k neexistenci literatury na toto téma bylo velmi obtížné některé kapitoly uvést do správného stavu. Doufám, že tato práce bude použita v praxi a veřejnosti přinese představu o sáňkařském sportu.

14 Seznam literatury

ABC [online]. 2000, č. 4 [vid. 21. 2. 2013]. Dostupné z:
<http://www.abicko.cz/clanek/casopis-abc/533/sane-drahy-vybaveni.html>

ČÁSLAVOVÁ, E., 2009. *Management a marketing sportu*. 1. vyd. Praha: Olympia. 228 s. ISBN 978-80-7376-150-9.

ČMSA, 2010. *Stanovy ČMSA*. [online] 10. 3. 2013 [vid. 8. 5. 2010]. Dostupné z:
<http://www.sane.cz/cz/o-asociaci>

ČMSA, 2010. *Stanovy ČMSA*. [online] 10. 3. 2013 [vid. 8. 5. 2010]. Dostupné z:
<http://www.sane.cz/cz/o-asociaci>

ČMSA, 2013. *Historie sáňkařského sportu* [online] 27. 2. 2013. Dostupné z:
<http://www.sane.cz/cz/o-asociaci/historie-sankarskeho-sportu>

ČSTV 2013, [online] 10. 3. 2013. Dostupné z:
<http://www.cstv.cz/informaceprovas/legislativniporadna/jakpostupovatprizalozenitj.php>

DĚDKOVÁ, J., HONZÁKOVÁ, I., 2009. *Základy marketingu*. 4. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci. 176 s. ISBN 978-80-7372-514-3.

DOVALIL, J., 2005. *Výkon a trénink ve sportu*. 2. vyd. Praha: Olympia. 331 s. ISBN 80-7033-928-4.

FIL, 2013. *History* [online]. 26. 2. 2013. Dostupné z: <http://www.fil-luge.org/index.php?id=392>

HANNAGAN, T., J., 1996. *Marketing pro neziskový sektor*. 1. Vyd. Praha: Management Press. 206 s. ISBN 80-85943-07-7.

ILIEV, P., *Luge*. In: Turbosquid [online] 15. 3. 2013 [vid. 20. 12. 2011]. Původní obrázek ve formátu JPEG. Dostupné z <http://www.turbosquid.com/3d-models/3d-olympic-luge-sled/645236>

IRO, 2012. *International luge regulations*. Vyd. FIL.

KUBIAS, S., 2009. *Úvod do managementu*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci. 156 s. ISBN 978-80-7372-554.

MŠMT, 2009. *Analýza financování sportu ČR* [online] 2. 3. 2013. [vid. 16. 4. 2009]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/sport/analiza-financovani-sportu-v-ceske-republice>

MŠMT, 2012. *Podpora sportu pro rok 2013* [online] 2. 3. 2013. [vid. 12. 11. 2012]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/file/25507>

Portál Občan, 2013. *Založení občanského sdružení* [online] 5. 3. 2013. Dostupné z: <http://www.obcan.ecn.cz/index.shtml?w=u&x=132554>

SC-OS, 2013. *Sanki*. [online] 20. 3. 2013 Dostupné z: http://www.sc-os.ru/en/activity/objects_4/

15 Seznam příloh

1. Sáňkař v jízdě poloze
2. Dvojsedadlové saně a Český seniorský reprezentační tým 2012

Příloha č. 1



Sáňkař v jízdní poloze

Zdroj: Vlastní foto

Příloha č. 2



Dvojsedadlové saně ve Vancouveru

Zdroj: <http://www.flickr.com/photos/adamtaber/8435145505/in/set-72157632622611496>



Seniorské reprezentační družstvo ČR pro rok 2012/2013

Zdroj: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.402009579888688.92899.357451897677790&type=3>